

ESTUDO DE PÚBLICO NO MALG (MUSEU DE ARTE LEOPOLDO GOTUZZO/IAD/UFPEL): A EXPOSIÇÃO CONHECER PARA OLHAR COM GOSTO.

MOREIRA, Heron¹; MICHELON, Francisca Ferreira².

¹Aluno do Bacharelado em Museologia do Instituto de Ciências Humanas da UFPEL; ²Professora do Departamento de Artes Visuais do Centro de Artes/UFPEL. Orientadora.
franciscamichelon@yahoo.com.br

1 INTRODUÇÃO

Este resumo apresenta o resultado da avaliação de público desenvolvida durante a exposição “Conhecer para olhar com gosto”, ocorrida no segundo semestre de 2010 no Museu de Arte Leopoldo Gotuzzo do Centro de Artes da UFPEL. As avaliações de público objetivam contribuir para a qualificação das exposições que são propostas sob curadoria e fornecem dados para reflexão sobre o desempenho das propostas expográficas em consonância com a missão do museu. O estudo de público e a avaliação das exposições, segundo Mestre e Antolí (2005) são dois campos de investigação que analisam a resposta do visitante a determinada proposta e à missão da instituição. Sob o segundo aspecto Fernández (2006) entende que museus de arte são aqueles “(...) cuyas colecciones están compuestas por objetos de valor estético, y han sido conformadas para mostrarlas en este sentido” (p.110). Enquanto um museu de arte, dada a natureza do seu acervo e como um museu universitário, o MALG deve, em concordância com o que enuncia Cabral (2002, p. 33), propor-se a “(...) integrar solidariamente as funções científico-documentais, educacionais e culturais da Universidade com a marca da ação museal”. Assim, o MALG tem como missão a investigação, a guarda e o contato direto com a comunidade e, sobretudo o compromisso com a gestão e geração do conhecimento científico e cultural. O estudo de público justifica-se, conseqüentemente, por atender aos objetivos desse Museu, bem como por projetar, por meio de suas conclusões, consciência efetiva e deliberativa sobre os resultados obtidos a cada proposta.

A exposição “Conhecer para olhar com gosto: arte contemporânea”¹, pretendeu, cumprir com a missão do MALG, na medida em que apresentou um conjunto de obras geradas e conceitualmente identificadas com a contemporaneidade em um espaço expográfico no qual o apoio de informações sobre a produção do artista (catálogos, vídeos e sites) não se deram apenas como ação educativa, mas como elemento expositivo. Segundo seus curadores, a proposta objetivou aproximar o pensamento do visitante da experiência visual, colocando no mesmo local a possibilidade da leitura da obra e da leitura do texto e intentou presentificar o artista e, em alguma medida, o fazer artístico. O estudo de público buscou responder as seguintes questões: qual o perfil do público visitante (quanto à faixa etária, nível educacional, atividade principal e local de residência) e qual a recepção do visitante aos elementos expográficos (orientação, circulação, ritmo, expositores, iluminação,

¹ **Conhecer para olhar com gosto: exposição de arte contemporânea.** Pelotas: Museu de Arte Leopoldo Gotuzzo/ Cearte/ UFPEL. 23 de junho a 20 de agosto de 2010. Curadoria: José Luiz de Pellegrin, Francisca Ferreira Michelin, Raquel Santos Schwonke.

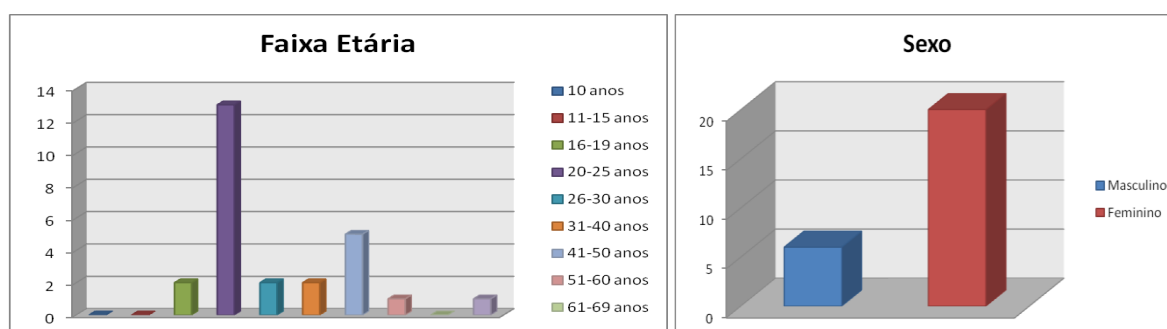
cor, etiquetas, texto de abertura). O fundamento da análise baseou-se na proposta de Belcher (1997) para projetos de exposição.

2 METODOLOGIA (MATERIAL E MÉTODOS)

Como procedimento metodológico, fez-se uma pesquisa que, segundo Gil (1991), se classifica descritiva, ou seja, que proporciona a descrição de um determinado fenômeno, ou ainda, no entendimento de Malhotra (2001) desenvolve percepções sobre características. Como material de coleta de dados utilizou-se a aplicação de um questionário, de caráter avaliativo, com público presente na abertura da exposição “**Conhecer para olhar com gosto: exposição de arte contemporânea**”, na sede do MALG. O questionário foi desenvolvido pela equipe de pesquisa e expografia da exposição levando em consideração os itens expográficos referentes à organização de exposições, tais como, público alvo, espaço físico e sua ocupação, textos e legendas e iluminação, dentre outros. O objetivo principal do estudo foi constatar o nível de satisfação do público no que se referia ao âmbito da exposição, bem como inferir que tipo de público alvo deve ser tomado como referência para exposições com essa proposta. Foram preenchidos 26 questionários, conduzidos por dois monitores, que convidaram os visitantes a preencher o questionário. Os questionários foram preenchidos, em sua maior parte, no dia da abertura da exposição e no dia seguinte, de maneira espontânea. A exposição recebeu 417 visitantes, dados visualizados no livro de presença do MALG.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Após a fase de coleta e tabulação dos dados obtiveram-se os resultados apresentados na fig. 1. De acordo com os dados colhidos, de faixa etária e sexo, nota-se como maior público o feminino (76,19%) com idade entre 16 e 40 anos



(70,8%).

Figura 1 - Gráficos quantificando o público por faixa etária e sexo.
Fonte: Formulado pelo autor.

Através da fig. 2, observou-se que o público, em sua maioria universitário (92,3% do total) foi composto por graduados e/ou com graduação em andamento. O percentual característico deste item foi de 94,4% vinculado a universidades públicas.

Observou-se na fig. 3 que os textos e legendas obtiveram satisfação quase total entre os pesquisados, atingindo níveis entre 95% e 100%, portanto estes elementos expográficos cumpriram a função de introduzir os visitantes na dinâmica da exposição, bem como corroboraram com informações básicas sobre as obras.

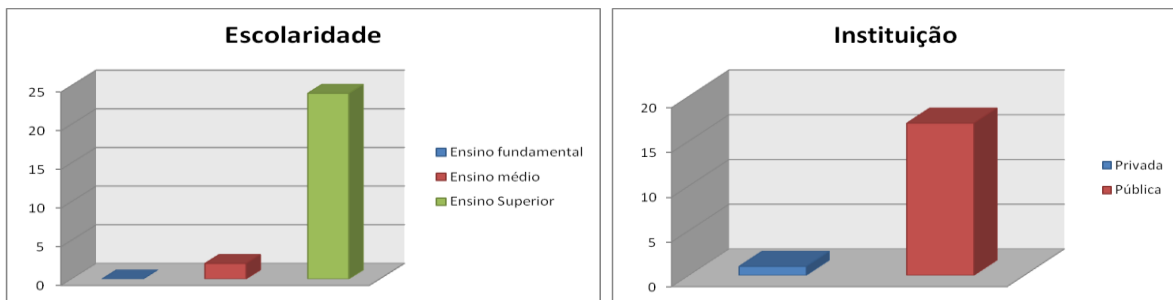


Figura 2 - Quantificação por escolaridade e natureza da instituição de vínculo.
Fonte: Formulado pelo autor.

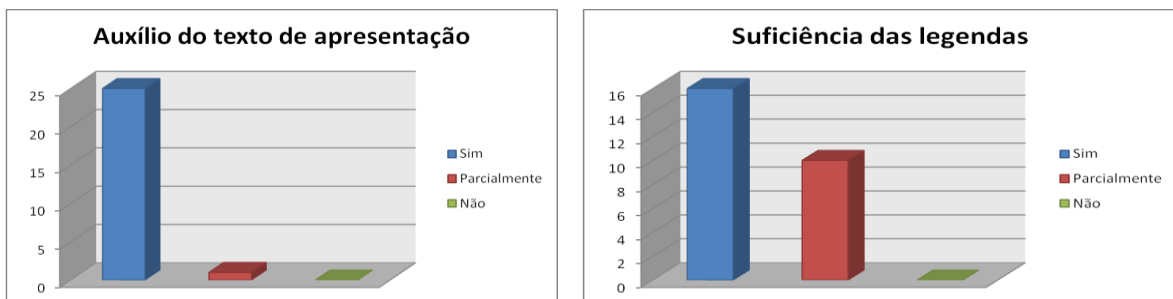


Figura 3 - Quantificação da satisfação sobre o auxílio do texto de apresentação e legendas.
Fonte: Formulado pelo autor.

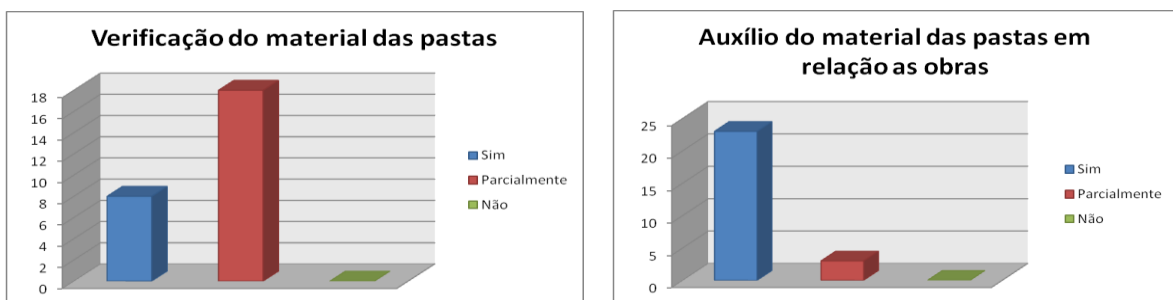


Figura 4 - Quantificação referente a utilização e satisfação do material das pastas.
Fonte: Formulado pelo autor.

No entanto, os dados da fig. 4 indicam que, apesar do entendimento da metodologia da exposição por parte do público, o material disposto no centro das salas expositivas foi parcialmente utilizado, com um índice de 69,23%, além disso, as pastas e o seu respectivo conteúdo foram considerados positivos por 88,46% dos visitantes por terem auxiliado na compreensão do conteúdo das obras expostas.

A qualificação dos níveis de satisfação referentes a três elementos expográficos presentes na exposição, tal que os itens são considerados entre “ótimo” e “muito bom”, com o equivalente a média de 80% nos dois itens, ademais o quesito iluminação não atingiu tal nível, ficou classificado na segunda e terceira faixa, respectivamente “muito bom” e “bom”, com média 30,8%.

Além destes itens, foi pesquisado a divulgação, que tem como principal meio de comunicação a Universidade Federal de Pelotas, com 57,69%, ainda foram citados outras formas de divulgação, menos expressivas que o item supracitado. Outro item presente é a visita total, ou seja, todas as salas, porém para o correto preenchimento da ficha é necessário cumprir todo o percurso, sendo positiva, atingindo 100% dos entrevistados.



Figura 5 - Quantificação de níveis de satisfação referentes à: distribuição, iluminação e quantidade de obras. Fonte: Formulado pelo autor.

4 CONCLUSÃO

O estudo de público da exposição demonstra o perfil do visitante do MALG, ou seja, um público com idade entre 16 e 40 anos, em sua maioria acadêmica, acentuando-se o público feminino. Segundo os dados colhidos, a forma de divulgação com mais atendimento é através da UFPel², dado ao vínculo com o IAD³.

Através deste estudo entendeu-se que as exposições são qualificadas, ou seja, capazes de satisfazer o visitante de acordo com os objetivos almejados. Assim, com a metodologia apresentada na exposição, atingiu a meta e ajudou os visitantes na compreensão das obras com seu conteúdo didático, além de dar uma visão do artista dentro das concepções de arte contemporânea.

Percebe-se uma dificuldade relativa à iluminação, através da ficha de avaliação, porém não atingiu níveis críticos, mas merece atenção, já que faz parte dos elementos expográficos, que logo são pontos chaves para o sucesso da exposição.

5 REFERÊNCIAS

BELCHER, M. **Organización y diseño de exposiciones**. Su relación com el museo. Madrid: Ediciones TREA, 1997.

CABRAL, M. Museu: pesquisa e documentação. In: Seminário sobre Museus-casa: pesquisa e documentação. n. 4, 2002, Rio de Janeiro. **Anais Museus-casas: pesquisa e documentação**. Rio de Janeiro. Fundação Casa de Rui Barbosa, 2002, p. 9-10.

FERNÁNDEZ, L. A. **Museología y Museografía**. Barcelona: Ediciones del Serbal, 3.ed, 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 3. ed, São Paulo: Atlas, 1996.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3. .ed. Porto Alegre: Bookman, 2001

MESTRE, J.S.; ANTOLÍ, J.S. (coord.). **Museografía Didáctica**. Barcelona: Editorial Ariel, 2005.

² Universidade Federal de Pelotas

³ Instituto de Artes e Design