

Geenf 10 ANOS

Grupo de Estudo e Pesquisa em Educação  
Não Formal e Divulgação em Ciência

## **I WORKSHOP INTERNACIONAL DE PESQUISA EM EDUCAÇÃO EM MUSEUS**

**Mesa redonda 1**  
**Metodologias de pesquisa em educação  
em museus: possibilidades e desafios**

Geenf 10 ANOS

Grupo de Estudo e Pesquisa em Educação  
Não Formal e Divulgação em Ciência



**EDUCATIONAL RESEARCH IN MUSEUMS  
CHALLENGES POSED BY DIFFERENT AUDIENCES**

**PESQUISAS EDUCACIONAIS EM MUSEUS  
DESAFIOS COLOCADOS POR DIFERENTES AUDIÊNCIAS**

Sibele Cazelli (sibele@mast.br)

Carlos Alberto Quadros Coimbra (caqcoimbra@mast.br)

São Paulo – SP  
Dezembro de 2012

## **1. O desafio da educação em museus**

**Visitação a museus é a mais completa experiência multimídia**

**Combinação de arquitetura, textos, objetos, figuras, sons, música e computadores são desenhados para produzir no visitante uma impressão marcante**

## **1. O desafio da educação em museus**

**Potencial educacional dessas situações é reconhecidamente importante**

**Pode se concretizar, nem tanto pela assimilação do conteúdo em exposição, mas sim pelo despertar do interesse no assunto e pela promoção da motivação para o aprendizado**

# 1. O desafio da educação em museus

➤ O desafio atual para as pesquisas em educação nos museus e centros de ciência: **encontrar e definir o conjunto de variáveis que devem ser pesquisadas**

Em contraponto ao que ocorre na educação formal (nas escolas) → o interesse está na medição direta do aprendizado

Na educação não formal (nos museus, em particular) → o interesse reside em medir a qualidade da experiência não formal e suas consequências

## **O objetivo**

**Mostrar que as variáveis e construtos teóricos que devem ser pesquisados para o melhor conhecimento e para a avaliação das atividades educacionais e de divulgação em museus são diferentes para os diferentes tipos de audiência**

## **2. Pesquisas educacionais: a educação formal**

### **As pesquisas em educação no Brasil**

**Até o final da década de 1980, se caracterizavam pelas discussões de natureza qualitativa**

### **A partir da implementação do SAEB em 1990**

**Metodologias quantitativas puderam ser empregadas e questões ligadas à sociologia da educação, como eficácia e equidade escolar começaram a ser estudadas**

## **2. Pesquisas educacionais: a educação formal**

### **A avaliação na educação formal**

**Verifica-se o sucesso do aprendizado, medindo os alunos em um ou mais aspectos do ensino, em termos técnicos, em variáveis latentes cognitivas, usualmente chamadas de proficiências**

**Dentre os fatores que promovem eficácia escolar, pesquisas recentes apontam a motivação para o aprendizado como sendo uma variável psicológica importante**

### **3. Pesquisas educacionais: a educação não formal**

#### **Início de 1970, no quadro mundial**

**Começava a tomar corpo outro setor da educação que se deslocava da formalidade da escola, reconhecidamente em crise**

**Este movimento tomou a denominação de educação não formal. Versão original desse novo tipo de educação surgiu em uma publicação de Coombs (1968)\***

**Na esfera da UNESCO - publicação do documento que enfatizava o conceito de educação ao longo da vida**

\* COOMBS, Philip H. A crise mundial da educação. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1986; The Faure Report: Learning to Be (1972)

### **3. Pesquisas educacionais: a educação não formal**

- **A educação não formal por ter uma organização espaço-temporal flexível tem um importante papel como facilitador do trabalho educativo formal**
- **As instâncias de educação não formal devem atuar em parceria com as escolas**
- **São importantes fontes de aprendizagem e de contribuição para a aquisição e o aperfeiçoamento de conhecimentos**

**Constata-se este fato a partir da organização dos eventos da RedPOP, onde é possível conhecer a diversidade, a quantidade e a qualidade das atividades de educação e de divulgação da ciência**

## **4. Tipologia de audiência em museus**

**As pesquisas em museus lidam com um desafio, que é a heterogeneidade de sua audiência**

- **Dialogar com múltiplas audiências e ampliar as representações sociais e culturais no seu espaço, é uma tendência importante**
- **Os estudos de audiência de museus vêm emergindo como um campo de grande interesse para diretores e profissionais dessas instituições**
- **Os resultados geram um tipo de conhecimento capaz de subsidiar a compreensão dos processos de apropriação social da cultura e a elaboração de políticas públicas para o setor**

## **4. Tipologia de audiência em museus**

- **Os pesquisadores da CED/MAST vem se empenhando em compreender as especificidades de um ambiente não formal de educação em ciência em suas várias ações dirigidas aos seus diferentes públicos**
- **Adotou-se uma perspectiva para delimitar, compreender e orientar suas ações de divulgação e popularização da ciência e da tecnologia**

**Conceito importante nessa perspectiva é a autonomia que as pessoas possuem sobre a decisão da visita, ou seja, o nível de independência sociocultural dos indivíduos nas escolhas que constituem o processo de ir a museu**

## 4. Tipologia de audiência em museus

### Três tipos de audiência

- **Audiência de visitação espontânea:** possui o maior grau de autonomia; está exposta ao evento por livre e espontânea vontade
- **Audiência de visitação programada:** possui um grau intermediário de autonomia, uma vez que assume certo compromisso com o evento;
- **Audiência de visitação estimulada:** possui o menor grau de autonomia e participa do evento devido a vários condicionantes externos compondo o esforço de inclusão social

## 5. Pesquisas sobre a audiência espontânea

- **Audiência de maior nível de autonomia sociocultural e se apresenta majoritariamente por grupos que possuem laços sociais, de família, de amizade, etc**
- **Audiência que todo museu considera como natural. Recebe a maior atenção e para ela são dirigidas a grande maioria das iniciativas culturais**
- **Alvo da maioria das pesquisas. Procura-se conhecer seu perfil demográfico (sob todos os recortes - de gênero, classe, etnia, idade, etc.), social, cultural e econômico, seus hábitos, antecedentes e opiniões**

## **5. Pesquisas sobre a audiência espontânea**

**No Brasil: observa-se carência desse tipo de estudo**

**Lacunadas observadas por profissionais dos museus relacionadas às pesquisas que orientam decisões de investimentos e de políticas públicas**



**Provocaram um movimento de estruturação desse campo**

**Maio de 2005, o MinC assinou um acordo de cooperação técnica com o MS, dando origem ao OMCC, que se destinava justamente a conhecer o público de visitação espontânea, maior de 15 anos**

## **Museus participantes da Pesquisa Perfil-Opinião 2005, Rio de Janeiro e Niterói, e número de entrevistas realizadas**

<b>Museus</b>	<b>Questionários válidos</b>
<b>Museu Aeroespacial</b>	<b>349</b>
<b>Museu de Astronomia e Ciências Afins</b>	<b>428</b>
<b>Museu do Universo – Planetário da Cidade</b>	<b>380</b>
<b>Museu da Vida</b>	<b>266</b>
<b>Museu Casa de Rui Barbosa</b>	<b>384</b>
<b>Museu Histórico Nacional</b>	<b>293</b>
<b>Museu do Primeiro Reinado</b>	<b>327</b>
<b>Museu do Índio</b>	<b>95</b>
<b>Museu Nacional de História Natural</b>	<b>331</b>
<b>Museu Antônio Parreira</b>	<b>161</b>
<b>Museu de Arte Contemporânea de Niterói</b>	<b>393</b>
<b>Total</b>	<b>3.407</b>

Fonte: Cadastro dos museus participantes da Pesquisa Perfil-Opinião 2005, OMCC

## **Museus participantes da Pesquisa Perfil-Opinião 2006, RJ, MG, ES, e número de entrevistas realizadas**

<b>Museus</b>	<b>Questionários válidos</b>
<b>Museu Castro Maya – Açude (RJ)</b>	<b>189</b>
<b>Museu Castro Maya – Chácara do Céu (RJ)</b>	<b>420</b>
<b>Museu Histórico Abílio Barreto (MG)</b>	<b>453</b>
<b>Museu de Artes e Ofícios (MG)</b>	<b>230</b>
<b>Museu de Mineralogia Djalma Guimarães (MG)</b>	<b>509</b>
<b>Museu de Biologia Mello Leitão (ES)</b>	<b>171</b>
<b>Total</b>	<b>1.972</b>

Fonte: Cadastro dos museus participantes da Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC

## **Museus participantes da Pesquisa Perfil-Opinião 2006-2007, SP, e número de entrevistas realizadas**

<b>Museus</b>	<b>Questionários válidos</b>
<b>Museu de Arte Moderna – MAM</b>	<b>1.533</b>
<b>Museu Lasar Segall</b>	<b>404</b>
<b>Pinacoteca do Estado</b>	<b>637</b>
<b>Estação Pinacoteca</b>	<b>587</b>
<b>Museu Casa de Portinari</b>	<b>565</b>
<b>Paço das Artes - SP</b>	<b>419</b>
<b>Museu da Casa Brasileira</b>	<b>565</b>
<b>Museu da Imagem e do Som</b>	<b>418</b>
<b>Museu do Café</b>	<b>297</b>
<b>Memorial do Imigrante</b>	<b>578</b>
<b>Museu da Língua Portuguesa</b>	<b>889</b>
<b>Museu de Arqueologia e Etnologia da USP</b>	<b>422</b>
<b>Museu Histórico Pedagógico Índia Vanuíre</b>	<b>459</b>
<b>Total</b>	<b>7.773</b>

Fonte: Cadastro dos museus participantes da Pesquisa Perfil-Opinião 2006-2007, OMCC

## **Museus participantes da Pesquisa Perfil-Opinião 2009, Rio de Janeiro e Niterói, e número de entrevistas realizadas**

<b>Museus</b>	<b>Questionários válidos</b>
<b>Museu Aeroespacial</b>	<b>557</b>
<b>Museu de Astronomia e Ciências Afins</b>	<b>642</b>
<b>Museu do Universo – Planetário da Cidade</b>	<b>457</b>
<b>Museu da Vida</b>	<b>350</b>
<b>Casa da Descoberta/UFF</b>	<b>206</b>
<b>Museu Casa de Rui Barbosa</b>	<b>556</b>
<b>Museu Histórico Nacional</b>	<b>593</b>
<b>Museu do Primeiro Reinado</b>	<b>297</b>
<b>Museu da República</b>	<b>819</b>
<b>Museu Imperial</b>	<b>852</b>
<b>Museu Carmem Miranda</b>	<b>427</b>
<b>Museu de Arte Contemporânea de Niterói</b>	<b>834</b>
<b>Museu Antônio Parreiras</b>	<b>111</b>
<b>Museu Nacional/UFRJ</b>	<b>585</b>
<b>Total</b>	<b>7.286</b>

Fonte: Cadastro dos museus participantes da Pesquisa Perfil-Opinião 2009, OMCC

## Alguns resultados

➤ Resultados das pesquisas Perfil-Opinião não contrariam os dos estudos desenvolvidos desde o final da década de 1960

**Uso do museu:** grupos majoritariamente educados, economicamente ativos e com renda acima da média de sua população de referência

**Predominância:** visitas de grupos com laços de família, residentes em bairros próximos ao do museu e com prática recorrente de visita

➤ Dados obtidos constituem a mais abrangente pesquisa realizada no país e, no caso do Rio de Janeiro, foi possível observar os dois momentos separados por quatro anos em um pioneiro estudo longitudinal

## Desafios

- Produção periódica de dados sobre as formas de apropriação dos museus pela sociedade constitui instrumento estratégico para a avaliação, a orientação e o planejamento de políticas públicas



### Continuidade e comparabilidade dos estudos

- Iniciativas pontuais e voluntaristas de certos museus podem ser importantes em determinadas situações
- **Necessário:** política de pesquisa estatística regular com a utilização de instrumentos bem formulados e que possam ser comparados no espaço e no tempo

## **6. Pesquisas sobre a audiência programada**

**É considerada importante para muitos museus**

- **Possui um grau de autonomia sociocultural intermediário. O lócus de decisão sobre o evento é compartilhado – parte pela própria audiência e parte pela instituição envolvida**
- **É o caso dos grupos de turmas escolares ou ainda de grupos de turistas, e outros, que chegam ao museu com hora marcada para uma visitação previamente agendada**
- **Mediador externo é quem negocia uma atividade específica de interesse do grupo. Ocorre uma interação planejada por parte do museu, visto que o perfil do grupo é previamente conhecido**

## **6. Pesquisas sobre a audiência programada**

**Pesquisas são menos comuns**

**Os grupos programados são, em geral, bastante homogêneos no que diz respeito às variáveis demográficas, socioculturais e econômicas**

**Avaliação - eventos realizados para essa audiência**

**Começar pelo reconhecimento do importante papel que museus desempenham no desenvolvimento da cultura, no despertar de emoções positivas como o interesse, a curiosidade, a surpresa, o desafio e, notadamente, na promoção de motivação para o aprendizado**

## 6. Pesquisas sobre a audiência programada

- **Literatura educacional** destaca como notável a perda de motivação e de interesse ao longo dos primeiros anos de escolaridade, principalmente no ensino de ciências e de matemática
- **Nesse contexto:** métodos da educação não formal podem ser usados como contraponto à educação formal das escolas

### De que forma?

Dando ênfase ao lúdico e ao prazer obtido na própria atividade. A educação não formal pode contribuir no desenvolvimento da motivação intrínseca para o aprendizado da ciência e da matemática, por exemplo

## **Desafios**

➤ **A pesquisa em educação para o público de visitação programada de museus e centros de ciência apresenta diversos desafios**

**Por um lado: a caracterização sociodemográfica dessa audiência não apresenta problemas**

**Por outro lado: a avaliação das consequências da visitação não é uma questão trivial. Variáveis definidas pela psicologia educacional e pela psicologia cognitiva devem ser consideradas nas pesquisas**

## **7. Pesquisas sobre a audiência estimulada**

**Possui o menor grau de autonomia sociocultural**

- **Lócus de decisão sobre o evento está inteiramente fora dela. Se encontra com uma instituição organizadora ou com alguma organização comunitária local**
- **Participa do evento de visita a partir do protagonismo do museu em facilitar e estimular o acesso do grupo, como por exemplo, organizando a excursão e financiando os custos de transporte dos visitantes**

## **7. Pesquisas sobre a audiência estimulada**

**Há dois mecanismos distintos e não excludentes**

**1º) Relacionado à busca de um perfil de visitante diferente daquele que já vai ao museu**

➤ **Museu se coloca como uma ferramenta para a promoção da inclusão social ao prover condições para o público que não costuma frequentá-lo (falta de condições econômicas e/ou baixo capital cultural)**

**2º) Relacionado a eventos de divulgação da ciência que levam atividades do museu para fora da instituição**

➤ **Projetos de ciência móvel. Podem ocorrer todos os tipos de audiência. Porém na dimensão da inclusão social, uma vez que este é o propósito que orienta a realização da ação de itinerância**

## **7. Pesquisas sobre a audiência estimulada**

### **Inclusão social → conceito de empoderamento**

- **Processo de empoderamento: envolve componentes de diversas naturezas – cognitiva, psicológica, econômica e política**
- **Potencialidade do conceito: implica uma posição que reconhece que é a própria população quem pode identificar suas necessidades e propor caminhos para solucioná-las**
- **Atividades de educação em ciência: promotoras de um padrão de consumo cultural que tem a ciência como elemento protagonista, gerando competências, laços de pertencimento, identidade e uma relação afetiva e estética com o conhecimento científico**

**Exemplo: pesquisa “Inclusão social via itinerância reversa: uma ação para ampliar o público do MAST”**

**Objetivos: conhecer o significado que visitantes oriundos de comunidades desenvolvem a partir da visita a um museu de ciência e tecnologia**

➤ **Questionário auto-administrado a 637 visitantes. Questões relativas ao perfil socioeconômico e cultural; e também a parâmetros comportamentais, atitudinais, de interesse, de persistência e de motivação, relacionados ao conceito de empoderamento**

**Conclusão: empoderamento se dá pela associação entre as percepções de ganhos cognitivos e da aplicabilidade destes ao mundo social do visitante no nível de suas relações pessoais e em esferas sociais mais externas**

## Desafios

**Raramente é considerada nas pesquisas**

➤ **Certamente há os que defendem o caráter universal das experiências proporcionadas pelos museus de C&T (por exemplo)**

**A diferença entre os níveis de escolaridade da audiência espontânea e a da estimulada sugere: atividades educacionais/exposições devem buscar estratégias para contemplar as suas especificidades**

**Necessário:** adoção de projetos que tragam essa audiência para os museus. Pesquisas devem acontecer para subsidiar adaptações e reformulações nas instituições museológicas