

**PTOMARA!**

**EDUCAÇÃO & CULTURA**

**08/09/2020**

**PESQUISAS DE PÚBLICO  
PLANEJAMENTO, MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO**

**WEBNÁRIO PESQUISA EM MUSEUS  
CONHECIMENTO, TERRITÓRIOS E PÚBLICOS  
CRFB - MUSEU DO FUTEBOL**

**CLARA AZEVEDO**

1. por que conhecer os públicos?
2. como conhecer os públicos?
3. exemplos de boas práticas e dicas

... ouvir vocês e dialogar

1.

**POR QUE CONHECER OS  
PÚBLICOS**

# QUEM SÃO OS PÚBLICOS?

- Equipes do museu
- Grupos diretamente envolvidos com o tema/acervo
- Estudiosos
- Parceiros
- Mantenedores
- Visitantes



# POR QUE CONHECER OS PÚBLICOS?

T!

processo de autoconhecimento e autoanálise institucional

## refletir sobre o museu

está cumprindo a sua finalidade?  
é preciso repensar missão, valores, propósitos?

## identificar mudanças necessárias

em que posso ser diferente?  
o que preciso melhorar ou mudar?  
por que devo fazer isso?

## transformar práticas, atitudes, espaços

rever, ajustar e priorizar objetivos, ações e metas  
realizar processos formativos

olhar e escutar, descobrir quem é público (e quem ainda não é) e **levar a sério o que diz** são exercícios poderosos

>>> acesso aos museus

Pesquisa

Ferramenta de avaliação

Ferramenta de transformação

# O QUE NÃO PERDER DE VISTA?

- Realizar pesquisas com diferentes públicos sistematicamente é um modo de instaurar **diálogos contínuos com a sociedade**
- Estar disposto a **ouvir** implica em estar disposto a **mudar** - *de pequenas a grandes e estruturais transformações*
- Conhecer é o que permite se aproximar dos públicos e não públicos - **engajar, criar novas conexões e sentidos**

*A pesquisa é um potente instrumento de reflexão sobre a razão de ser do museu e de qualificação da experiência no museu*

# 2.

**COMO CONHECER OS  
PÚBLICOS?**

# ALGUNS TIPOS DE PESQUISAS



## *Pesquisas de perfil*

*foco no perfil sociodemográfico e econômico do público, identificação étnico-racial + outros dados que informam sobre a pessoa*

## *Pesquisas de satisfação (percepção e coleta de sugestões)*

*foco é a experiência da visita – do grau de satisfação ou visão sobre um tema/serviço à apreensão dos conteúdos e sugestões*

## *Outras pesquisas e formas de escuta*

*focos diversos: não-público, vizinhança, públicos com mais dificuldades ou desafios para o acesso etc.*

## MÉTODOS E TÉCNICAS

\_entrevistas estruturadas  
(questionários)

*presencial* (aplicada  
ou autorrespondida)  
*e on-line*

\_entrevistas semiestruturadas

\_rodas de conversa / grupos  
focais

\_pesquisas de observação e  
participação



# PASSO A PASSO DA PESQUISA



>> Envolver as equipes em todas as etapas

- profissionais ajudam a pensar
- qualificam debate sobre resultados
- se engajam e criam sentidos para a mudança

>> Efeitos para a instituição como um todo

ciclo virtuoso



Transformação e ajustes de práticas, condutas, espaços

# PONTOS DE ATENÇÃO E DICAS



- Ter clara a **motivação da pesquisa** e verificar se as perguntas e os **métodos** escolhidos estão favorecendo o que se deseja saber
- Planejar e prever **recursos** (*resultados podem ajudar a angariar + recursos!*)
- Preparação: **aprofundamento nos temas e públicos** (*“letramentos”; atentar para vieses; termos preconceituosos/em desuso; explicitar objetivos da investigação*)
- Em questionários: usar recursos como “**Outra(o). Qual?**”
- Ao analisar e usar os resultados: **olhar as ausências** e considerar as **condições** em que a pesquisa foi feita
- Formar **séries históricas** e manter **comparabilidade** com outras pesquisas
- **Pesquisas a distância** – vantagens e desvantagens

**3.**

**PRÁTICAS PARA  
INSPIRAR**

# COMO ALGUMAS INSTITUIÇÕES TÊM FEITO

T!

Museu de Arte do Rio - pesquisa diária Net Promoter Score (NPS):  
*“Em uma escala de 0 a 10, o quanto você recomendaria o Museu de Arte do Rio para um amigo ou colega?”*

Museu do Futebol - bilheteria (contagem e dados de perfil) +  
escuta qualitativa (públicos segmentados)

Outros - setor de pesquisas de público; diálogo entre áreas;  
caixinha de sugestões; incursões etnográficas; profissionais de  
museus e públicos em geral (ICOM)

Formar banco de contatos  
Buscar referências  
Trocar com outros museus

**TOMARA!**

**EDUCAÇÃO & CULTURA**

[www.tomaraeducacaoecultura.com.br](http://www.tomaraeducacaoecultura.com.br)  
[clara@tomaraeducacaoecultura.com.br](mailto:clara@tomaraeducacaoecultura.com.br)