

Entre  
a Arte  
e o  
Parque:  
o público  
no Inhotim

---

**Robson Xavier da Costa**

Brasil. Artista Visual, Curador e docente/investigador do Departamento de Artes Visuais (DAV); do Programa Associado de Pós-Graduação em Artes Visuais (PPGAV UFPB/UFPE) e do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo (PPGAU), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Presidente da ANPAP (gestão 2021-2022).

---

## **Entre a Arte e o Parque: o público no Inhotim**

### **Resumo**

As relações estabelecidas entre os museus de arte contemporânea e seus públicos, dizem respeito a todo o *staff* de profissionais envolvidos, abrangendo, também, aspectos do setor educativo do museu. Este ensaio apresenta um recorte da tese, intitulada “percepção ambiental em museus paisagens de arte contemporânea: a legibilidade dos museus Inhotim/Brasil e Serralves/Portugal avaliada pelo público/visitante”, defendida em 2014 no PPGAU UFRN, abordando os aspectos relativos à interação entre o público e o Inhotim. Tomamos como referência o “modelo de experiência interativa” a Falk em “*Identity and the museum visitor experience*” (2009) e Greenberg, Reesa, Ferguson e “*Thinking about exhibitions*” (1996). Este trabalho compreende um recorte da revisão bibliográfica da pesquisa qualitativa para tese.

### **Palavras Chave**

Museu de Arte Contemporânea; público; educativo de museus; Inhotim.

## **Between Art and the Park: the public in Inhotim**

### **Abstract**

The relationships established between contemporary art museums and their audiences, concern all the staff of professionals involved, also covering aspects of the museum's educational sector. This essay presents an excerpt from the thesis, entitled “Environmental perception in museums landscapes of contemporary art: the legibility of the museums Inhotim / Brasil and Serralves / Portugal evaluated by the public / visitor”, defended in 2014 at PPGAU UFRN, addressing aspects related to interaction between the public and Inhotim. We refer to Falk's “interactive experience model” in “*Identity and the museum visitor experience*” (2009) and Greenberg, Reesa, Ferguson and “*Thinking about exhibitions*” (1996). This work comprises a section of the bibliographic review of the qualitative research for thesis.

### **Keywords**

Museum of Contemporary Art; public; museum education; Inhotim.

## **Entre el Arte y el Parque: el público en Inhotim**

### **Resumen**

Las relaciones que se establecen entre los museos de arte contemporáneo y sus públicos conciernen a todo el personal de profesionales implicados, abarcando también aspectos del sector educativo del museo. Este ensayo presenta un extracto de la tesis, titulada “Percepción ambiental en paisajes de museos de arte contemporáneo: la legibilidad de los museos Inhotim / Brasil y Serralves / Portugal evaluados por el público / visitante”, defendida en 2014 en PPGAU UFRN, abordando aspectos relacionados a la interacción entre el público y Inhotim. Tomamos el “modelo de experiencia interactiva” de Falk como referencia en “*La identidad y la experiencia del visitante del museo*” (2009) y Greenberg, Reesa, Ferguson y “*Pensando en las exposiciones*” (1996). Este trabajo comprende un apartado de la revisión bibliográfica de la investigación cualitativa para tesis.

### **Palabras clave**

Museo de Arte Contemporáneo; público; educación en museos; Inhotim.

### Palavras iniciais

(...) uma das tarefas essenciais dos museus, ao estabelecerem suas políticas educacionais, é a definição dos públicos que querem atingir. Primeiramente, estes se constituem como o “outro virtual”; isto é, aquele que se “pressente ou se sabe que existe” (GRISPUM, 2000, p. 34).

As questões ligadas ao papel educativo em museus foram evidenciadas a partir do período compreendido entre 1958 e 1992, quando da publicação de uma série de documentos, congressos e seminários internacionais sobre o papel educativo e social dos museus, entre eles destacamos: o Seminário Regional da UNESCO em 1958, no Rio de Janeiro, sobre a função educativa dos museus; a declaração da mesa-redonda, de 1972, de Santiago do Chile discutindo o conceito de museu integral; a Declaração de Quebec, de 1984, com os princípios da Nova Museologia e a Declaração de Caracas, de 1992, avaliando todo esse percurso histórico (Araújo e Bruno, 1995, p. 06) bem como, o Seminário a museologia brasileira e o ICOM, de 1995, em São Paulo.

Os papéis educativos e políticos dos museus também foram reforçados pelo relatório “Excelência e igualdade: educação e dimensão pública dos museus” da Associação Americana de Museus, publicado em 1992, que afirmou:

Os museus proporcionam o seu mais frutífero serviço público justamente ao oferecer uma experiência educacional no seu mais amplo sentido: promovendo a habilidade de viver produtivamente numa sociedade pluralista e de contribuir com as resoluções dos desafios com os quais nos deparamos como cidadãos globais. A responsabilidade pública educacional dos museus apresenta duas facetas: excelência e igualdade (...). (AAM, 1992, p. 06)

Todos os documentos e seminários mencionados tem relação direta com a participação do público nos museus, que se instituem como políticas voltadas para as práticas participativas dos visitantes nos espaços públicos e semi-públicos das instituições culturais, fomentando a frequência.

Tomamos como referência o “modelo de experiência interativa” a partir do trabalho de Falk (2009) no livro *“Identity and the museum visitor experience”* e Greenberg, Reesa, Ferguson (1996) no livro *“Thinking about exhibitions”*, os autores desenvolvem conceitos aplicados às práticas educativas dos museus.

Como a prática da visita aos museus de arte é extremamente variada, costumando seguir as expectativas do público e do momento vivenciado na própria instituição, as investigações sobre esse tema buscam entender quais os motivos que levam os visitantes ao museu, suas práticas durante e depois da visita. Essa visita é entendida como um processo interativo que denota uma relação física com a arquitetura e a arte, compreendendo duas formas de vivência no espaço: uma pessoal, que lida com os objetivos específicos de cada visitante e outra coletiva, considerando que a relação dentro do museu é também um processo de interação grupal, onde se deve respeitar o espaço-limite (CRUZ PINTO, 2007) do outro. Cada visitante chega ao museu trazendo um repertório cultural próprio, portanto, cada experiência de visita é única e irrepetível.

Segundo Grispum (2000) em uma pesquisa realizada em 1992, Falk e Dierking ao entrevistar 900 crianças em visitas ao Zoológico Nacional de Washington, afirmam que elas têm uma noção prévia do que vão ver e uma imagem mental do percurso. Ou escolhem a visita em torno das informações prévias que já dispõem, ou são instigadas pela escola para a visita, e sempre buscam divertir-se, comprar alguma lembrança do passeio e curtir o lanche com os colegas, sempre em tom de uma viagem de aventura, embora a maioria saiba que vai se submeter à explicação de monitores ou especialistas sobre o assunto e que serão cobradas sobre esse tema ao retornar à escola. Os autores citados utilizaram em sua pesquisa três tipos de expectativas nessa forma de visita guiada, duas voltadas para a “expectativa da escola para as crianças” e uma “expectativa centrada na criança” (GRISPUM, 2000, p. 13).

O primeiro tipo de expectativa foca na aprendizagem cognitiva, na informação e orientação sobre os conteúdos da exposição ou dos tipos de seres vivos encontrados no zoológico. O segundo tipo de expectativa está voltada para o desenvolvimento autônomo do estudante, focada na busca de desenvolvimento das suas habilidades, nesse caso as informações são repassadas objetivando permitir que os estudantes descubram o máximo de coisas novas na visita, e boa parte das descobertas deve ocorrer em tom de surpresa, alicerçada no conhecimento prévio desenvolvido na sala de aula. E a terceira expectativa pretende deixar a criança livre para explorar o passeio, informando-a apenas sobre aspectos práticos, tais como: horários, caminhos a seguir,

segurança, alimentação e higiene. Durante essa pesquisa citada por Grispum (2000), os três tipos de expectativas de visitas foram precedidas pela exibição de slides para as crianças na escola.

A pesquisa foi aplicada com cinco grupos diferenciados de crianças, com idade entre 9 e 10 anos, onde o último grupo foi trabalhado a partir da “expectativa centrada na criança” demonstrando ao fim da investigação, um resultado da avaliação cognitiva melhor do que nos dois outros casos. Segundo os autores, isso se deve ao fato dessas crianças estarem mais relaxadas e conseqüentemente mais atentas ao que porventura seria possível apreender da visita, sem cobranças externas e sem pressões da escola.

Quando os visitantes são pais acompanhados de crianças, costumam passar a maior parte do tempo cuidando das mesmas, evitando acidentes indesejados, alguns adultos costumam focar seu interesse em outros adultos, o museu tem sido ponto de encontro para casais de namorados, para passar um dia diferente com a família, ou mesmo para conhecer outras pessoas. A visita ao museu, nesse caso, tem como objetivo o convívio social e não necessariamente a fruição da arte. Na relação entre adultos sozinhos e adultos acompanhados por crianças em visita a museus, as necessidades são diferentes, mas as práticas comportamentais são parecidas, em um grupo espontâneo se um dos membros cansa ou fica incomodado, a tendência é que a visita seja breve, nesses casos, a atividade deve ser prazerosa para todos os participantes, já que representa uma atividade de entretenimento grupal.

Segundo Grispum (2000), Falk e Dierking (1992) destacam em suas pesquisas quanto à questão das recordações dos visitantes em museus que as visitas organizadas e orientadas pelas escolas são sempre lembradas como estímulos para novas e contínuas visitas, inclusive, detalhes e aspectos físicos são significativos e sempre lembrados. “Os visitantes são fortemente influenciados pelos aspectos físicos dos museus, incluindo a arquitetura, o ambiente, o cheiro, os sons e o “astral” do lugar” (GRISPUM, 2000, p. 16).

A orientação espacial é um dos aspectos que o visitante de museus tem mais dificuldade nas primeiras visitas, o que ocorre em qualquer espaço que se entra pela primeira vez, é necessário um tempo para que se crie uma imagem mental da direção espacial a seguir, isso ocorre sensorialmente e pode marcar definitivamente a visita.

Nesse caso, a arquitetura e a expografia são elementos fundamentais para que a percepção ambiental dos visitantes seja otimizada, permitindo acesso a salas de exposição, banheiros, áreas comuns, lanchonete, restaurante, lojas, etc., questões fundamentais que permitem o bem estar do visitante.

As formas de mediação do museu para com seus públicos são diversas e adaptadas a cada caso e demanda. O grande objetivo do processo de mediação é possibilitar a interação adequada entre as coleções, ou as exposições temporárias, o edifício do museu e os visitantes, permitindo diversas abordagens de leitura, de compreensão de significados e de valorização do patrimônio artístico e cultural contemporâneo.

As relações entre o público e as exposições de arte têm sido estudadas por ângulos diferenciados, um deles é a forma de compreensão estética dos visitantes, destacando-se a pesquisa realizada por Abigail Housen no Museu de Belas Artes de Boston, como sua tese de doutorado desenvolvida em 1983, com uma pesquisa aplicada no Museu de Arte Moderna de New York (MoMA), a partir de seus estudos iniciados em 1976, nas galerias de arte impressionista no Museu de Belas Artes de Boston, onde a pesquisadora estava preocupada com o movimento dos visitantes nas galerias, partindo do pressuposto que os seus movimentos na exposição de artes visuais relacionavam-se com as informações visuais apreendidas, por esse motivo as visitas foram gravadas, monitoradas e diagramadas, confirmando que existem diferentes tipos de movimentação, que interferem na leitura da exposição e vice-versa, e que os diagramas podem servir para organizar as informações na mesma.

Esta pesquisa também comprovou a existência de variáveis importantes como: o nível de instrução, idade, número de pausas, tempo da visita, leitura dos folhetos informativos, etc. onde a autora identificou cinco grupos de visitantes, a partir das suas respostas aos inquéritos: I com respostas indiferenciadas; II e III com respostas mais diferenciadas em relação às pinturas; IV observava à exposição em termos abstratos, e se relacionava com as obras apreciando e fruindo; V interagiu com as obras em diferentes níveis. Os mesmos tipos (Quadro 01) reapareceram em pesquisas posteriores da autora, que apontaram para o desenvolvimento de um modelo com cinco estágios de compreensão estética: descritivo, construtivo, classificatório, interpretativo e criativo reconstrutivo (Grispum, 2000, p. 36 a 38).

<b>Nível 1 – NARRATIVO</b>	Os visitantes são contadores de histórias sobre as obras, incluindo elementos emocionais e dramáticos.
<b>Nível 2 - CONSTRUTIVO</b>	Os visitantes criam uma estrutura de observação baseados em suas percepções e visões do mundo. Foco nas intenções do artista.
<b>Nível 3 - CLASSIFICATÓRIO</b>	Os visitantes procuram classificar as obras por período, estilos, épocas, buscando um significado racionalizado e técnico.
<b>Nível 4 - INTERPRETATIVO</b>	Os visitantes criam algum tipo de relação pessoal com a obra, buscam sutilezas e percepção crítica, as informações técnicas são comparadas com a percepção continuada da obra, estando passível de mudanças.
<b>Nível 5 – RECRIATIVO</b>	Os visitantes são familiarizados com as obras, podem realizar leituras mais profundas e significativas, seria a fase de maturidade da percepção visual da arte, onde é possível recriar sempre o que se vê.

**Quadro 1** - Níveis de desenvolvimento estético Abigail Housen.

Fonte: adaptado pelo autor de Grispum, 2000, p. 38.

Esses diferentes níveis de classificação descritos a partir do olhar do público/visitante dos museus nos permite imaginar a diversidade de leituras possíveis. Como esses níveis nunca estão isolados pode-se encontrar num mesmo grupo de pessoas em todos esses estágios, o que exige do trabalho do monitor flexibilidade na hora de encaminhar a atividade de recepção para seu público. Os visitantes nos três primeiros níveis narrativo, construtivo e classificatório, geralmente, exigem um acompanhamento mais próximo dos monitores, buscando observar e ouvir mais, do que questionar sobre as obras. Os dois últimos grupos, o interpretativo e o recreativo, são mais autônomos, dispensando muitas vezes o acompanhamento do guia nas visitas, por deterem maiores informações sobre as obras em exposição, particularmente no último caso, a mediação pode tornar-se enfadonha e reducionista.

### **1. O papel da mediação na fruição da arquitetura em MACs**

O acesso do público aos museus tem origem no século XVIII, com a abertura dos espaços de exposição na Europa, mas foi no século XX que a prática de mediação a partir do setor educativo dos museus se estabeleceu em todo o mundo. O British Museum em Londres foi um dos primeiros a implantar a visita guiada em 1911, no início como informativo ao público, onde os monitores apenas falavam sobre as obras expostas (Grispum, 2000, p. 60).

No Brasil as mudanças ocorridas nos processos de ensino aprendizagem ao longo das décadas de 1980 e 1990, influenciaram também as práticas educativas nos museus. Com essas mudanças de perspectiva a Escola passou a ser um parceiro essencial para a formação continuada de públicos. O museu tem sido visto como um potencial espaço de aprendizagem para os estudantes em qualquer nível escolar, proporcionando a mediação entre a formação cultural e artística dos sujeitos com as possibilidades de ampliação do repertório cultural.

A relação de parceria entre as escolas e os museus deve gerar uma rede que se estabelece na continuidade da longa duração: enquanto o museu estimular e proporcionar visitas guiadas em suas instalações, fomentando a frequência de estudantes e professores, estará criando condições para o estabelecimento de um público permanente e cativo. A escola ajuda o museu a aprender a ensinar e o museu ajuda a escola a descobrir o conhecimento multicultural e vivencial em contato com os acervos.

Na década de 1970, o pesquisador vienense Bruno Bettelheim (1991, p. 137-144), baseado em suas pesquisas, afirmou que o visitante habitual de museus se forma por meio do estímulo da família quando criança, geralmente dos pais, e a partir das experiências pessoais desenvolvidas, e não pelas rápidas excursões escolares.

A referência do autor foram suas inumeráveis visitas aos museus com os pais quando criança e a liberdade que tinha para escolher seus trajetos, ou seja, foi baseado na visita espontânea e na observação que o autor questionou a hegemonia das visitas guiadas em museus, a partir do que Falk e Dierking (1992, p. 57) chamaram de “satisfação do contexto pessoal” referindo-se ao prazer que o visitante sente ao realizar uma visita espontânea. Outras pesquisas demonstram a importância da mediação nos museus de arte para formação e manutenção do público.

Nesse processo o elemento central é o “mediador/a” que recebe o público e media a exposição, é ele que procura conhecer os conteúdos essenciais sobre a mostra e estimular a reflexão dos públicos para uma leitura crítica e pessoal sobre as obras expostas. Esse profissional é o elo entre a proposta curatorial, o discurso oficial da exposição e do museu e os visitantes. Porém, o discurso do monitor não é espontâneo, mas baseado na formação e capacitação proporcionado pelo setor de curadoria, ou

seja, é um discurso elaborado para estabelecer comunicação com os públicos. As falas dos/as monitores/as não são definitivas, nem conclusivas, devem ser trabalhadas como um estímulo para que os públicos possam discutir e construir suas próprias leituras sobre o museu e a exposição.

Os termos “visita orientada” ou “visita guiada” tem sido repensados ao longo do tempo, essa terminologia utilizada pelos profissionais dos museus ganhou outros significados. O/a professor/a que acompanha os estudantes nas visitas aos museus é visto como um “orientador”, enquanto o “mediador” é o profissional do museu que promove a interface entre o saber proposto pelo projeto curatorial, expográfico e o conhecimento dos públicos. O mediador não é a pessoa que sabe tudo sobre a exposição ou sobre o museu, mas é um facilitador do processo de fruição, é alguém que conhece o acervo, o museu, a proposta da curadoria e a exposição. Em conjunto com a curadoria e o educativo, o mediador escolhe e propõe roteiros de visita, estabelecendo percursos e estimulando a diversidade de leituras.

Existem tipos diferenciados de visitas monitoradas, algumas privilegiam mais a interação, outras mais a relação e a interpretação e outras são mais próximas da transmissão de informações ao público. Segundo Grinder e McCoy (1998, p. 56-57), existem três tipos: a visita-palestra, a discussão dirigida e a descoberta orientada.

A visita-palestra (*lecture. discussion technique*) ou conversas na exposição (*talking guide*), é o tipo de mediação focada na transmissão de informação sobre a exposição ao público, sendo onde o mediador assume a função de monitor e guia; tem tempo limitado, e permite perguntas por parte do público, muito utilizada para atender públicos escolares. Geralmente é uma visita panorâmica, não se prende a objetos específicos e o mediador costuma utilizar a linguagem corporal a fim de prender os públicos. A discussão dirigida (*inquiry-discussion technique*) o que prevalece é o diálogo entre o mediador e o público, fundamentada na pedagogia da pergunta e resposta, focada na interação.

A descoberta orientada (*Guided discovery technique*) é proposta pelo mediador uma questão problema a ser devendada pelo público ao longo da exposição, e os próprios visitantes definem seu roteiro em busca da solução do mesmo. O mediador exerce o

papel de facilitador do processo, indicando possibilidades e dando as informações necessárias (GRISPUM, 2000, p. 48).

O funcionamento do setor educativo de um museu é dinâmico (*work in progress*), dependendo do trabalho coletivo de toda a equipe envolvida, que discute os projetos de atuação e define a política educativa do museu, de acordo com a proposta da curadoria para cada exposição montada.

Os públicos, por mais específicos que sejam, estão sempre condicionados por regras institucionais, horários de abertura e fechamento das exposições, controle do barulho, e as proibições: não comer dentro das salas de exposições, não fumar, não tocar em algumas obras (já que existem obras interativas).

Segundo o resultado da pesquisa de tese realizada por Grispum (2000) no Museu Lasar Segall em São Paulo, os museus não fazem parte do elenco de atividades da maioria das famílias entrevistadas, mesmo as residentes na sua proximidade. Assim, as escolas acabam por assumirem o papel de estímulo e atração dos estudantes em idade escolar. Já para o museu o fator “público” é preponderante, aliando-se ao fato da necessidade de fomentar o número de visitantes para otimizar a estatística para fins oficiais e manutenção ou angariação de novos patrocinadores.

Um exemplo dessa dimensão foi o convite aberto ao público em geral que o Museu de Serralves, no Porto, Portugal, fez ao público/visitante durante o período de 06 a 20 de julho de 2012, abrindo suas salas de exposição durante a montagem de uma mostra, uma rara oportunidade para o público observar o processo ocorrido nos bastidores das exposições, com visitas orientadas para a observação da arquitetura de Álvaro Siza e do mecanismo de montagem, segundo afirma a arquiteta e monitora do Museu:

Eu sempre achei que fazia falta muitas vezes nas nossas vidas, entrar nos espaços que estavam em montagem, que não são tão acessíveis, claro que isso cria, se calhar, algumas dificuldades no trabalho do cotidiano entre as várias equipas que aqui habitam o museu, mas acho que ai é uma oportunidade única de ver um espaço escondido e que normalmente em montagem não é apresentado ao público. (SEABRA, 2012, s/p)

Essa foi uma importante e inovadora prática desenvolvida pelo setor de curadoria de Serralves, na minha concepção deveria ser copiada por outros museus de arte contemporânea em todo o mundo, já que possibilita aos públicos uma visão

diferenciada sobre o pensamento e a montagem das exposições, observando na prática a dificuldade para atingir resultados, que aparentemente são muito simples. Mediar também os processos internos e técnicos é demonstrar total transparência e abertura para estabelecer um diálogo construtivo.

Para algumas pessoas o museu e o parque/jardim é apenas um pano de fundo para suas experiências, dão mais importância ao convívio com os seus pares, e as experiências positivas ou negativas que vivenciaram durante o trajeto, pouco importando que exposição visitou. Por outro lado, muitos visitantes estarão atentos aos conteúdos oferecidos pelas exposições e a arquitetura do museu, são aqueles que estão atentos às placas de identificação, as visitas monitoradas e costumam destacar detalhes do que viram no trajeto. Esse último tipo de público valoriza a experiência e é capaz de fruir e interagir com as obras expostas.

Na verdade, todo o museu da comunidade-jardins zoológicos, aquários, história, arte e museus de história natural, museus infantis e centros de ciência, jardins botânicos, históricos e locais históricos, centros e parques naturais e outras instituições do gênero - gostariam de saber mais sobre os cerca de um bilhão de indivíduos que visitam anualmente. (...) Talvez a tarefa de compreender, muito menos prever a experiência do visitante de museu é fundamentalmente impossível, talvez seja impossível fazer qualquer generalização útil sobre experiência de visitante de museu dado quantos visitantes existem, como visitante, obviamente, cada indivíduo é único<sup>1</sup> (FALK, 1992, p. 20).

Entender o olhar dos públicos do MAC não é apenas um adendo no conjunto complexo da museologia contemporânea, antes de tudo é fundamental para manter viva a instituição museu a plenos pulmões, favorecendo a prática da curadoria e do pensamento sobre o espaço do centro cultural experimental, aberto as inovações da arte contemporânea, espaço privilegiado para o conhecimento sobre arquitetura e arte contemporâneas.

## **2. A necessidade de conhecer seus públicos**

Conhecer os públicos é uma necessidade para os museus, saber por que, qual o objetivo? Quem são os visitantes? São questões significativas capazes de facilitar a definição da política cultural da instituição. Conhecer os públicos é entender o papel

social desempenhado pelos museus, e também intuir quais os motivos por que outras pessoas não visitam os museus. Essas informações sobre os públicos podem proporcionar o *feedback* necessário ao museu como avaliação do seu trabalho de mediação e qual a influência das visitas na vida das pessoas.

Os públicos avaliam o museu por meio do olhar externo a instituição, apontando questões específicas, que porventura possam promover a melhoria do atendimento e do aprimoramento dos serviços oferecidos pelo museu; por outro lado, o próprio museu pode vir a conhecer melhor seus públicos, bem como, definir qual a sua importância social na comunidade e no contexto do circuito internacional da arte contemporânea.

A frequência a esse tipo de museu pode despertar o interesse da maioria dos visitantes para a relação entre o museu e o parque/jardim no MAC, favorecendo a criação de um novo olhar, que vai além da mera apreciação da arte contemporânea e do agradável passeio com a família ou amigos no parque/jardim. Não se almeja apenas o olhar do especialista ou olhar especializado do arquiteto, mas a formação de públicos que possam de fato apreciar o pensamento arquitetônico e um dos lugares mais adequados para isso é o MAC.

Consideramos a mediação um potencial reforço para a formação, ampliação e fidelização de públicos/visitantes em MPACs, procurando garantir o desenvolvimento de novas formas de olhar para a arquitetura de museus e sua relação com a arte e a paisagem.

### **3. Relação do público com o Inhotim – Brasil (2011 – 2013)**

O empresário Bernardo Paz fundou o Instituto Cultural Inhotim, hoje Instituto de Arte Contemporânea do Inhotim, que objetivava a criação, educação e fomento da arte contemporânea em 2002. Até 2005 o Instituto continuou ampliando sua coleção artística e botânica, abrindo nesse mesmo ano suas portas para as primeiras visitas locais, com agendamento prévio. Em 2006 o Inhotim abriu definitivamente suas portas ao público.

O Inhotim além de ser um MAC é um Museu Paisagem de Arte Contemporânea (MPAC), que dispõe de um acervo com mais de 500 obras de arte contemporâneas de artistas oriundos de vários continentes, expostas ao ar livre no parque/jardim, em galerias permanentes e/ou temporárias, situadas em um jardim botânico exuberante. O conjunto paisagístico do parque/jardim do Inhotim exhibe grupos de espécimes raros, organizados seguindo o pensamento paisagístico inspirado por Burle Marx (1909-1994). Ocupando cerca de 97 hectares, o parque/jardim do Inhotim conta com diversas coleções botânicas, uma das maiores coleções do mundo.

Com a expansão das obras, galerias e pavilhões no parque/jardim e a alocação dos *sites specifics* em pontos distantes do núcleo central do complexo arquitetônico, a visita completa ao Inhotim não é possível em apenas um dia. A orientação é que seja feita uma visita de pelo menos dois dias inteiros, para se conhecer todas as obras e os lugares do parque/jardim. O trajeto é feito mediante caminhadas seguindo as trilhas calçadas e identificadas no parque/jardim; os pontos mais distantes se tem acesso por meio dos carrinhos de golfe, com roteiros fixos e estacionados em pontos estratégicos do parque/jardim, serviço cobrado como acréscimo do valor do ingresso, exceto para pessoas com dificuldade de locomoção. Nas segundas-feiras o museu está fechado para o público/visitante e nas terças-feiras a entrada no museu é gratuita para todos.

Durante julho de 2010, o Inhotim bateu o recorde de público desde a sua abertura em outubro de 2006, recebendo mais de 21 mil pessoas, um aumento de 25,6% em relação a Julho de 2009, quando 17 mil pessoas visitaram o museu. Durante a terça-feira de carnaval de 2013 o Inhotim recebeu 8.000 visitantes. A frequência normal do Instituto entre 3ª a 6ª é de cerca de 300 visitantes; sábados, domingos e feriados – cerca de 900 visitantes; por mês 15.000 visitantes.

Desde 2012 o Inhotim ampliou suas atividades culturais para o alcance social junto à população local ao implantar o “programa Inhotim para todos”, disponibilizando ingressos gratuitos, transporte e almoço para os grupos de visitantes incluídos no programa, bem como os convênios com escolas públicas de Brumadinho e Belo Horizonte, permitindo o acesso gratuito de mais de 500 crianças por dia, atendendo cerca de 30.000 alunos por ano.

A pesquisa de campo no Inhotim foi realizada em dois períodos de quinze dias consecutivos: o primeiro entre a última semana de maio e a primeira semana de abril de 2011 e o segundo na primeira quinzena de maio de 2013. Durante o início de maio de 2013 fizemos à aplicação diária presencial dos questionários com o público, realizada no final do turno da tarde, na saída do Instituto, após os grupos terminarem a visita. Durante os quinze dias foram respondidos 150 questionários, entre os quais consideramos válidos 120, o restante apresentou rasuras ou estavam com respostas incompletas. Não houve autorização para aplicação de questionários *online*.



**Figura 01** – Crianças interagindo na Galeria *Cosmococa* durante visita ao Inhotim. Foto: Robson Xavier. Acervo do Autor, 2013.



**Figura 02** – Crianças interagindo com a obra *“Viewing Machine”* de Olafur Eliasson durante visita ao Inhotim. Foto: Robson Xavier. Acervo do autor, 2013.

Mais da metade do público/visitante arguido (76%) afirmou que nunca tinha visitado anteriormente o Instituto, isso demonstra um número significativo de novos visitantes. Entre os 24% que já haviam visitado 42% responderam que tinham visitado uma vez, 25% três vezes, 9% duas vezes, 8% respectivamente seis, quatro e oito vezes, isso demonstra que os visitantes costumam voltar a visitar o Inhotim.

Outra variável importante é a questão da motivação para a visita ao Inhotim, segundo os dados coletados 76% das pessoas visitavam o Instituto pela primeira vez, por motivos variados, dos quais destaco: 40% para passear com amigos, 13% por conta da universidade ou para passear com a família, para comemorar com amigos e 7% respectivamente para ocupar o tempo livre, em excursão ou como atividade cultural de lazer. Esses dados apontam para que as políticas de educação do público sejam

ampliadas e permanentes garantindo a fidelização do cliente já que 24% do público/visitante afirmou que voltou a visitar o Inhotim.

As pessoas investigadas 79% avaliaram o Inhotim como excelente, além de 18% muito bom e 3% bom, o que implica um alto grau de satisfação com o espaço e serviços oferecidos. Avaliando o parque/jardim 92% o público atribuiu nota 10, 5% nove e 3% oito, ou seja, 97% dos visitantes atribuíram nota maior do que nove, ao julgarem o ambiente do parque/jardim do Inhotim, destacando essa variável, no contexto do complexo arquitetônico do Instituto, o que implica no reconhecimento da importância da área livre e da paisagem para compor a relação estrutural entre jardim botânico e arte contemporânea.

### **Considerações Finais**

Analisando os dados tabulados a partir da pesquisa no Inhotim, constatamos que a maioria avaliou de forma positiva a instituição e a marca Inhotim. Os que visitam pela primeira vez, pretendem voltar, e os que voltaram a visitar vem mais de uma vez por motivos diversos, como atividade de lazer em família ou acompanhado de amigos, em datas festivas, embora, poucos afirmaram visitar o Inhotim para ver a arquitetura ou arte contemporânea.

O Inhotim foi considerado pelo público um lugar espetacular para usufruir da área livre, da arborização no parque/jardim. A área verde e os lagos foram citados como os principais atrativos do Instituto. Isso demonstra que as obras de arte contemporânea ainda são pouco compreendidas pelo público.

Os serviços oferecidos no Inhotim foram bem avaliados, os mais criticados foram os espaços de alimentação, considerados elitizados e pouco acessíveis, embora seus usuários afirmem que o serviço e o cardápio são excelentes. Outro elemento foi à locomoção, criticada, principalmente por pessoas idosas, devido à extensa área de passeios e a dificuldade de acesso aos carrinhos.

Quanto à definição de uma trajetória durante a visita, a maior parte do público afirmou que não teve dificuldade, boa parte recorreu ao mapa, aos guias, as sinalizações e perguntou durante o trajeto. Aquelas pessoas que tiveram dificuldades apontaram que

a sinalização não foi suficiente, que devido a falhas perdeu-se no espaço do parques/jardim por ser muito extenso. Embora se possa considerar que as caminhadas e a busca do seu próprio trajeto faz parte da proposta do MPAC.

Uma das maiores dificuldades citadas nos questionários foi a grande dimensão do parque/jardim que, apesar de atraente em termos da diversidade natural presente, causou incômodo, sobretudo para pessoas idosas ou com problemas de locomoção, que reclamaram muito de ter que andar tanto mesmo que para chegar ao local de embarque nos carrinhos, além de se cansarem muito no trajeto, devido às longas distâncias entre as obras e galerias.

Todas essas práticas sociais (caminhar, passear, namorar, estudar, incluindo as visitas às exposições de arte contemporânea e aos espaços dos museus) são parte de um amplo contexto, elementos da experiência estética vivenciada nos MACs, que implicam também em ver, fruir e interagir com a arquitetura e as obras expostas, levando ao possível contato e entendimento das mesmas. Seja individual ou coletiva a visita a um MAC proporcionando vivências individuais e sociais com a arquitetura e a arte contemporânea por incluir no seu conjunto, a possibilidade do contato com a paisagem como elemento central da sua proposta cultural.

## Referências

- AAM. AMERICAN ASSOCIATION OF MUSEUMS. *Excellence and Equity: Education and Public Dimensions Museums*. Washington: AAM. 1992.
- ARAÚJO, Marcelo M.; BRUNO, M. Cristina de Oliveira. *Brazil within a Latin American Context: Brief Comments*. Stocolmo: ICOFOM, 1988.
- BRUNO, Giuliana. *Public Intimacy – Architecture and the visual arts*. London, England – Cambridge, Massachusetts: The MIT press, 2007.
- COSTA, Robson Xavier da. *Percepção Ambiental em Museus Paisagens de Arte Contemporânea: a legibilidade dos museus Inhotim/Brasil e em Serralves/Portugal avaliada pelo público/visitante*. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal/RN, fevereiro/2014.
- CRUZ PINTO, Jorge. *A caixa - Metáfora e Arquitectura*. Col. Arquitectura e Urbanismo. Vol. I. Lisboa: ADC Editores/Universidade Técnica de Lisboa, 2007.
- FALK, John Howard; DIERKING, Lynn Diane. *The museum experience*. Washington : Whalesback Books, 1992.
- \_\_\_\_\_. *The museum experience revisited*. Washington : Whalesback Books, 2013.
- FALK, John Howard. *Identity and the museum visitor experience*. Walnut Creek – Califórnia: Left Coast Press inc. 2009.
- GREENBERG, Reesa, etc. al. (Editores). *Thinking about Exhibitions*. Londres, Inglaterra e Nova York, EUA: Routlengde Taylon & Francis Group, 1996.
- GRINDER, A. L.; MCCOY, E.S. *The good guide*. A soucerbook for interpreters, docents and tour guides. Scottsdale: Ironwood Publishing, 1998.
- GRISPUM, Denise. *Educação para o patrimônio: museu de arte e escola responsabilidade compartilhada na formação de públicos*. Tese de Doutorado, Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo. Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Maria Helena Pires Martins - ECA/USP. São Paulo: PPGE/USP. 2000.
- SEABRA, Matilde. *Narração do vídeo “os segredos de Serralves”*. Porto – Portugal: Fundação de Serralves, 2012.

## Notas

---

<sup>1</sup> Tradução livre do autor do original em Língua Inglesa: “And the same is true for all the other zoos and aquariums in the world which collectively have hundreds of millions of visitors each year. In fact, the entire museum community-zoos, aquariums, art, history and natural history museums, children’s museums and science centers, botanical gardens, historical and heritage sites, nature centers and natural parks, and other such institutions – would like know more about the approximately one billion individuals who visit annually. (...) Maybe the task of understanding, let alone predicting the museum visitor experience is fundamentally impossible; it is perhaps impossible to make any useful generalizations about museum visitor experiences given how many visitors there are and how obviously unique each individual visitor is” (Falk, 1992, 20).