

## O conhecimento e a frequência dos museus e espaços culturais em Belo

### Horizonte pelos discentes da UFMG<sup>1</sup>

Aline Damasceno Santana<sup>2</sup>

Wagner Lucas Pereira<sup>3</sup>

**Resumo:** *O presente artigo apresenta uma pesquisa de usuários de museus que objetivava evidenciar o conhecimento e a frequência dos museus e instituições culturais da cidade de Belo Horizonte pelos discentes da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). A problemática basilar para o estudo é sondar a potencialidade do público com elevado nível de instrução escolar na frequência dos espaços museológicos da cidade. Para tanto, foram arquitetados e correlacionados métodos quantitativos e qualitativos, os quais possibilitaram em algumas análises prover evidências de que algumas hipóteses aqui propostas são verdadeiras e a observação de resultados relevantes. A partir dos resultados de ambas as fases da pesquisa, pôde-se concluir que, apesar dos discentes da UFMG terem afirmado que têm por hábito cultural frequentar os museus, boa parte dos participantes, seja aqueles que ascenderam a pesquisa através do questionário ou através da entrevista, não costumam frequentar assiduamente estes espaços. Destaca-se, que muito dos espaços que obtiveram grande indicações de desconhecimento ou de não frequência, são instituições com orçamentos minúsculos, que não comportam a demanda de trabalho. Por fim, serão expostas algumas considerações finais que mesclam as conclusões gerais da pesquisa com algumas meditações encontradas na leitura bibliográfica sobre o tema.*

**Palavras-chaves:** *Museus. Conhecimento. Frequência. Público. Belo Horizonte.*

### The knowledge and frequency of museums and cultural spaces in Belo Horizonte by the students of UFMG

**Abstract:** *This article presents a user study that aimed to collect evidences on knowledge and frequency of museums and cultural institutions of Belo Horizonte City by students of the Federal University of Minas Gerais (UFMG). The basic problematic issue of the study is to survey the potentiality of a higher instructed public in frequenting museums on the referred city. To do so, it was built and correlated quantitative and qualitative methods which allowed analysis that put into evidence some of the hypothesis that were confirmed*

---

<sup>1</sup> Agradecimentos especiais à Thelma Palha por sua participação na construção e aplicação dos questionários, na realização das entrevistas, e na criação das variáveis; Vinicius Santos por sua participação na transposição dos dados para o banco de dados e na criação das variáveis; e por último, Ana Carolina Rezende por sua participação na aplicação dos questionários e na transcrição das entrevistas.

<sup>2</sup> Graduação em Museologia pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Atualmente é mestranda do Programa de Pós-graduação em História da UFMG.

<sup>3</sup> Graduação em Museologia pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Atualmente é mestrando do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da UFMG.

*and observing relevant outcomes. From results of both steps of the research, it is concluded that a significant amount of participants that either answered questionnaires or were submitted to interview are not used to often frequent those establishments. It is highlighted that most of the cultural establishments have very small budget, that do not allow them to attend public demand. Some concluding remarks are presented relating general conclusions about the research and some reflections found in bibliographic review about the topic.*

**Key-words:** *Museum. Knowledg. Frequency. Public. Belo Horizonte.*

## 1 INTRODUÇÃO

O crescimento exponencial de diferentes segmentos do mercado de entretenimento, turismo e consumo de bens culturais nos finais do século XX e início do XXI, culminou em uma competitividade por parte das múltiplas instituições e exibições de lazer, as quais entram em disputa por recursos pessoais e financeiros, bem como pela atenção do público. Tais fatores, no contexto brasileiro, é perpassado pelas políticas culturais e patrimoniais de fomento, o que acaba por tornar o mercado mais competitivo. Ressaltando-se que tal disputa é agravada, também pelos entretenimentos massivos, como os veículos de comunicação televisiva, os shows musicais, entre outros.

No rol dessas disputas por recursos, encontram-se as instituições museais, entidades sem fins lucrativos e a serviço da comunidade, que buscam o desenvolvimento econômico e social desses grupos através da preservação e a comunicação dos bens culturais que detém. Os museus se encontram em uma posição fragilizada frente às políticas culturais adotadas e principalmente ao seu público. Isso se deve ao fato de que muitas vezes os museus desconhecem as necessidades individuais e coletivas dos seus diferentes segmentos de público e não público, o que acaba por construir uma imagem institucional negativa frente a eles (AMAZONAS, 2009) e também na exclusão de determinados setores sociais que não se sentem representados por tais instituições, o que faz com que os museus passem uma imagem elitista. Pontua-se, portanto, a importância da instituição museal em realizar estudos de avaliação de público que visem o conhecimento das características daqueles que frequentam e daqueles que não constituem o seu público, buscando a construção de estratégias que tornem os museus mais atrativos.

A representação elitista dos museus perpassam também o fator “conhecimento” do público que frequenta esses espaços, ou seja, parte-se do pressuposto de que o nível de instrução é um dos fatores que contribuem para o *habitus* de frequentar os museus (BOURDIEU, 2003), o que acaba por excluir ou por provocar uma violência simbólica em uma parcela da sociedade que não detém esses mecanismos de decodificação da linguagem museal.

Partindo da prerrogativa de que os estudantes universitários constituem empiricamente um visitante real e potencial dos museus, principiando da hipótese bourdieusiana de que o fator instrução é relevante na frequência às instituições museais, os objetivos deste estudo são averiguar acerca deste grupo social, o seu conhecimento e frequência aos museus e instituições culturais análogas (limitando a galerias e centros culturais). Tendo em vista estes objetivos, partiu-se para a análise do conhecimento e frequência dos museus situados na cidade de Belo Horizonte pelos alunos de graduação e pós-graduação da Universidade Federal de Minas Gerais.

Contudo, de antemão pode-se afirmar que nem sempre possuir um nível de instrução mais elevado é sinônimo conhecer e frequentar os museus, visto que os fatores sociais e econômicos também influenciam na assiduidade a essas instituições (AMAZONAS, 2009), bem como as múltiplas ofertas de lazer que se tornam muitas vezes mais atrativas do que os museus (BOURDIEU, 2003). Portanto, faz-se necessário estudos mais aprofundados sobre a influência de tais fatores na constituição e na não formação de públicos nas instituições museais.

Em uma pesquisa desenvolvida na cidade de Salvador<sup>4</sup>, constatou-se que os estudantes de graduação dos cursos voltados para as ciências humanas desconhecem a maioria dos museus locais, entendendo os museus como espaços poucos significativos de lazer se comparado a outras opções de entretenimento, fatores estes que influenciam na frequência às instituições museais (AMAZONAS, 2009). Contudo, cabe ressaltar que a presente investigação partiu do pressuposto de que o nível de instrução mais elevado é relevante na frequência assídua aos museus brasileiros.

É a partir dessas inquietações sobre a instrução como um fator diferenciador no

---

<sup>4</sup> Para mais informações sobre a pesquisa, ver AMAZONAS, 2009.

conhecimento e na frequência aos museus, que foi analisado, através dos resultados obtidos, quais os espaços são os mais conhecidos pelo público discente da UFMG, os fatores que fazem com que eles frequentem ou não esses espaços e quais os hábitos culturais dos discentes que competem diretamente com a visita aos museus.

## 2 METODOLOGIA

Segundo dados disponíveis no site da UFMG, em 2015 a universidade possuía 47.255 estudantes de graduação e pós-graduação<sup>5</sup> espalhados na cidade de Belo Horizonte, Montes Claros e Tiradentes, ressaltando que destes, 946 alunos estudavam pela modalidade de ensino à distância. Ante a impossibilidade de ascender de maneira probabilística a esses estudantes, de maneira que esses tivessem a mesma oportunidade conhecida de participar da pesquisa, e por falta de recursos, optou-se por utilizar uma amostra não probabilística e de conveniência<sup>6</sup>, na qual os estudantes que participaram da pesquisa foram abordados em horários e locais distintos do Campus Pampulha da UFMG.

A pesquisa se dividiu em duas fases que se precedem: uma etapa quantitativa e uma qualitativa. Adotou-se como instrumento de coleta de dados na fase quantitativa a aplicação de um questionário semiestruturado a 95 estudantes. A escolha deste formato de questionário se deve ao fato da possibilidade do participante em fornecer uma resposta que não foi dada previamente na estrutura do próprio questionário. A versão final do questionário contou com quinze perguntas que destacou as questões acerca dos hábitos culturais dos participantes e sobre o conhecimento e frequência aos museus de Belo Horizonte listados pelos mesmos. Para fins de validação foi realizado dois pré-testes, que para além de permitir fazer ajustes nas questões que não foram bem compreendidas pelos participantes da pesquisa, possibilitaram a realização de uma revisão dos objetivos do estudo e também um levantamento de novas hipóteses através dos dados obtidos, como por exemplo, a não frequência assídua aos museus por parte dos estudantes da UFMG e a falta

---

<sup>5</sup> <[https://www.ufmg.br/conheca/nu\\_index.shtml](https://www.ufmg.br/conheca/nu_index.shtml)> acesso em: fevereiro de 2018

<sup>6</sup> Sobre as técnicas de amostragem ver: GONZÁLEZ-TERUEL, Aurora; BARRIOS-CERREJÓN, Maite. Métodos y técnicas para la investigación del comportamiento informacional: Fundamentos y nuevos desarrollos. Gijón-Asturias: Ediciones TREA, S. L., 2012. 311 p.

de conhecimento destes sobre alguns espaços culturais da cidade, o que suscitou novas reflexões para tal investigação. Ressalta-se que para análise e tratamento dos dados obtidos através da aplicação dos questionário utilizou-se o programa e software estatístico IBM SPSS<sup>7</sup>.

Buscando aprofundar os dados obtidos através das respostas dadas pelos participantes na etapa quantitativa da pesquisa, utilizou-se na fase qualitativa a técnica de entrevista semiestruturada, seguindo um roteiro de perguntas prévias que foram elaboradas a partir das respostas obtidas através do questionário. Optou-se também por utilizar também outras questões não previstas que aprofundassem as respostas obtidas com as perguntas feitas inicialmente. Nessa etapa da pesquisa foram selecionados estudantes dos cursos de graduação em ciências humanas e exatas que possuem entre 20 a 25 anos, a partir do segundo período e que tem como hábito cultural frequentar museus. A escolha das características dos participantes nessa fase da investigação se deu pelo fato de que estes foram os perfis mais frequentes entre os participantes que responderam o questionário.

Optou-se por gravar e transcrever as entrevistas em arquivo formato do programa Microsoft Word (extensão .Doc), e sua análise e tratamento foi realizado a partir da metodologia de análise de conteúdo, na qual as perguntas transcritas foram organizadas em uma planilha, visando a classificação das respostas. Realizou-se no total de oito entrevistas que tem como tempo médio de duração 3 minutos.

Para além do objetivo de aprofundar algumas informações obtidas na fase quantitativa, a etapa qualitativa buscou oferecer uma verossimilhança mais aguda entre os resultados da pesquisa e a realidade, assim evitando distorções. Ressalta-se que para ambas as etapas foram adotadas o uso de um termo de consentimento explicando os riscos e usos dos resultados obtidos nos estudos, no intuito de resguardar o participante de possíveis ameaças, constrangimentos e fadiga.

### 3 ANÁLISE QUANTITATIVA

---

<sup>7</sup> Programa consolidado em pesquisas em áreas das Ciências Sociais. A parte SPSS da sigla muitas vezes é assimilada o acrônimo de Statistical Package for the Social Sciences, mas atualmente a sigla não tem significado.

Neste trabalho, com o intuito de delimitar seu corpo e destacar os dados mais significativos trabalhados, processados e construídos na pesquisa, serão descritos aqui somente os resultados obtidos em relação aos hábitos culturais e ao conhecimento e frequência dos espaços museológicos de Belo Horizonte. Diante deste balizamento, serão primeiramente descritos os dados tratados em variáveis propostas pela pesquisa, e depois algumas análises comparativas e cruzadas feitas com esses dados tendo como propósito descortinar, verificar e/ou corrigir desvios. É importante salientar que a inclusão de outros hábitos culturais e outras estirpes de instituições culturais na pesquisa tem como objetivo visualizar e contextualizar os museus e instituições análogas (na qual se concentra a pesquisa) dentro das atividades culturais disponibilizadas à sociedade.

Um dos primeiros resultados relevantes que pôde-se obter com a aplicação do questionário aos estudantes é com relação aos seus hábitos culturais<sup>8</sup>. Segundo os dados aferidos, a opção “Cinema” foi apontado como o local mais frequentado pelos participantes, na qual a opção foi marcada por 91,6% daqueles que ascenderam ao questionário, seguido pela opção “Shows” que obteve 65,3%, e depois “Museus” e “Bibliotecas”, ambas com 53,7%. Com relação às atividades culturais menos praticadas pelos participantes, as alternativas que foram menos marcadas foram: “Circos”, “Saraus” e “Espetáculo de dança”, obtendo respectivamente 93,7%, 89,5% e 82,1% de ausência de respostas. No que concerne a alternativa “museu”, cinquenta e um participantes (53,7%) marcaram a opção que tem como hábito cultural visitar estes espaços, e quarenta e quatro (46,3%) não marcaram a alternativa, podendo-se concluir, que dentre os participantes que ascenderam ao questionário, a diferença entre os estudantes que marcaram a alternativa e aqueles que não marcaram é ínfima, cerca de 7,4%.

Buscando aprofundar o questionamento sobre o conhecimento e frequência dos museus de Belo Horizonte pelos estudantes da UFMG, utilizou-se uma escala na qual os estudantes deveriam marcar cada opção de uma lista disponível no questionário que relacionavam

---

<sup>8</sup> Buscando compreender quais os hábitos culturais mais frequentes dos participantes, listou-se previamente no questionário algumas opções de entretenimento, estando cientes de uma possível vinculação com o senso comum do conceito de cultura.

alguns espaços culturais da cidade<sup>9</sup>, dentre eles, museus, cinemas e centros culturais, com uma das cinco opções que variam de (1) não conhece o espaço à (5) costuma frequentar sempre o espaço; e intermediado por (2) conhece o espaço, mas nunca frequentou; (3) já visitou o espaço alguma vez; e (4) costuma frequentar o espaço às vezes.

Na amostra apresentada, analisando os espaços individualmente de acordo com os cinco elementos da escala já explicitada e a sua marcação pelos participantes, pode-se obter os seguintes resultados sobre o conhecimento e a frequência aos espaços listados: dentre os dezoito espaços listados, os cinco lugares que são mais frequentados **sempre** pelos participantes são: o Palácio das Artes com 20,2%; Centro Cultural Banco do Brasil com 17,0%; Cine Belas Artes com 8,5%; Museu de Arte da Pampulha com 5,3% e o Museu Mineiro também com 5,3%. Ressaltando que os espaços que são menos frequentados **sempre** pelos participantes são o Museu dos Quilombos e Favelas Urbanas, o Museu da Força Expedicionária Brasileira, pois ambos não obtiveram nenhuma marcação pelos participantes, seguido do Galpão Cine Horto, Museu da História da Inquisição e o Cine Brasil Vallourec, obtendo os três apenas 1,1 % de marcação pelos participantes.

Em relação aos cinco espaços que costumam ser mais frequentados **às vezes** pelos participantes, pode-se obter os seguintes resultados: Palácio das Artes com 28,7%, Centro Cultural Banco do Brasil com 23,4%; Cine Belas Artes com 19,1%; Centro Cultural da UFMG com 13,8% e o Cine Brasil Vallourec 9,6%, não aparecendo nenhuma instituição que se considera como instituição museológica no sentido tradicional do termo. Já com relação aos **espaços que são menos frequentado às vezes** pelos discentes que ascenderam ao questionário são o Museu dos Quilombos e Favelas Urbanas e o Museu da Força Expedicionária Brasileira com 1,1 %. A partir dessas duas variáveis da escala pode-se

---

<sup>9</sup> A escolha das instituições foram de caráter aleatório, não se atenuando a fazer destas uma representação das instituições culturais de Belo Horizonte. Os critérios de escolha consistiu em uma mescla de espaços conhecidos e desconhecidos, espaços já consolidados e outros recentes, e também uma tentativa de dispersão da localização dos espaços, não se limitando à espaços da região Centro-Sul, ou mais especificamente, dos arredores da Praça da Liberdade e da Praça da Estação, apesar de que a maioria dos espaços culturais da cidade de Belo Horizonte se encontram estabelecidos nesta região, o que torna este espaço polarizado. Os espaços selecionados foram: Centros Culturais: Centro Cultural Banco do Brasil, Centro Cultural da UFMG e Palácio das Artes; como cinema: Cine Belas Artes, Cine Brasil Vallourec, Cine Centro e Quatro e Galpão Cine Horto; e como museu: Centro de Arte Popular(CAP) da CEMIG, Espaço do Conhecimento, Memorial Minas Gerais Vale, Museu da FEB, Museu da História da Inquisição, Museu de Arte da Pampulha, Museu de Artes e Ofícios, Museu de Ciências Naturais da PUC-MG, Museu de História Natural e Jardim Botânico da UFMG, Museu dos Quilombos e das Favelas Urbanas e Museu Mineiro.

afirmar que **os três espaços mais frequentados com uma certa assiduidade** pelos discentes da UFMG que ascenderam ao questionário são: Palácio das Artes, Centro Cultural Banco do Brasil e o Cine Belas Artes, não aparecendo nenhuma instituição que se denomina museu.

No que tange a alternativa “**já visitou o espaço alguma vez**”, o Espaço do Conhecimento da UFMG apresenta 41,5% de porcentagem de participantes que marcaram essa alternativa, Museu de Artes e Ofícios e Palácio das Artes, ambos com 33,0%, Memorial Minas Vale com 31,9% e Cine Belas Artes 30,9%. No que diz respeito ao ato de **conhecer o espaço, mas não visitou**, obteve-se os seguintes resultados: 36,2% dos participantes marcaram a alternativa no que diz respeito ao Cine Brasil Vallourec, 34,0% para o Centro Cultural da UFMG, 31,9% para o Museu de Arte da Pampulha, 28,7% para o Centro de Arte Popular da Cemig e 24,5 % para o Cine Galpão Horto. Contudo, ao que se refere aos **espaços menos conhecidos** pelos participantes, três deles são espaços museais, ou seja, 85,1% dos participantes afirmaram não conhecer o Museu da Força Expedicionária Brasileira, 84,0% o Museu dos Quilombos e Favelas Urbanas, 79,8% o Museu da História da Inquisição, 61,7 % o Galpão Cine Horto e o Cine Cento e Quatro com 58,5%.

A partir da análise das escalas de conhecimento e frequência dos espaços exemplificados em parte pelas descrições, é possível fazer algumas constatações. De forma geral, houve predominância na marcação das alternativas “Não conhece o espaço” e “Conhece o espaço, mas nunca visitou”, na qual atesta um desconhecimento da população sobre muitas das instituições culturais de Belo Horizonte, sobretudo, dos pequenos museus mais distantes dos grandes centros e/ou em áreas periféricas. Os centros culturais e os cinemas conseguiram um melhor cenário de frequência do que os museus, já que nas escalas que indicam a frequência eles estão mais bem colocados, destacando o Palácio das Artes, CCBB e Cine Belas Artes. Uma das variantes que podem condicionar essa proeminência é a maior rotatividade e oferta de atividades culturais primárias nessas instituições (condizentes com a vocação das mesmas).

Apesar de que 53,7% dos participantes afirmarem que têm por hábito cultural frequentar museus, os resultados obtidos através da escala de conhecimento e frequência, permite questionar se de fato estes estudantes têm por prática frequentar assiduamente essas

instituições e também os motivos pelas quais eles não costumam conhecer e frequentar esses espaços.

Em relação aos Hábitos Culturais e o conhecimento e a frequência dos espaços, pôde-se destacar alguns dados importantes que puderam ser decodificados a partir de uma análise cruzada. Foram realizadas algumas análises cruzadas em relação ao hábito cultural museu, que foi afirmado por 51 pessoas (53,7%) no questionário, e os hábitos cinema (assinada por 91,6% da amostra de pesquisa), shows (65,3%) e biblioteca (53,7%), que foram as outras três opções mais assinaladas na pesquisa. O item de análise foi a frequência das marcações “**costumam frequentar sempre**” na pergunta escalar de conhecimento e frequência de instituições culturais.

Entre os participantes que marcaram ter como hábito cultural ir a **museus** (53,7%), as sete instituições que tiveram mais marcações “**costumam frequentar sempre**” foram respectivamente, Palácio das Artes (29,4%), Centro Cultural Banco do Brasil (25,9%), Cine Belas Artes (13,7%), Museu Mineiro (7,8%), e Espaço do Conhecimento, Museu de Arte da Pampulha e Memorial Minas Gerais Vale ( ambos com 5,8%). É interessante destacar que os museus segundo tal análise não compõem os três primeiros lugares nesse cruzamento. É também interessante o fato dos participantes indicarem terem museus como um hábito cultural, mas terem uma baixa frequência assídua a estes espaços em Belo Horizonte, o que pode indicar que talvez essas pessoas frequentam os museus mais quando estão fora da cidade.

Em relação a quem indicou ter como hábito cultural **cinema**, os sete espaços que obtiveram mais indicações de que “**costumam frequentar sempre**” foram o Palácio das Artes (20,6%), Centro Cultural Banco do Brasil (17,2%), Cine Belas Artes (9,2%) e empatados com quatro marcações cada (4,6%) estão o Cine Centro e Quatro, Espaço do Conhecimento, Museu de Arte da Pampulha e o Museu Mineiro. Pode-se constatar que os espaços continuam os mesmos, com acréscimo do Cine Centro Quatro. Isso pode ser devido ao fato que das 51 pessoas que marcaram a opção que tem como hábito frequentar museus, 47 também marcaram a opção cinema. Mas considerando as pessoas que afirmaram terem como hábito cultural a prática de ir cinemas, proporcionalmente, obtivemos uma pequena queda em relação ao hábito cultural **museus**.

Agora, analisando quem afirmou ter como hábito cultural ir a **shows**, os seis espaços que receberam mais afirmações que “**costumam frequentar sempre**” foram, respectivamente, Palácio das Artes (19,3%), Centro Cultural Banco do Brasil (16,1%), Cine Belas Artes (9,7%), e empatados com três marcações cada (4,8 %) estão o Memorial Minas Gerais Vale, Museu de Arte da Pampulha e o Museu Mineiro. Novamente, há uma predominância dos espaços que foram constatados entre os mais visitados na análise dos outros dois hábitos, tendo como única modificação a saída do Espaço do Conhecimento. O que se pode constatar, é que proporcionalmente, considerando o número de pessoas que têm como hábito cultural shows, há uma pequena queda nos números em relação às pessoas que marcaram **museus e cinema**. É interessante perceber que também há uma queda abrupta, com relação ao cinema, de pessoas que compartilham os hábitos museus e shows, no caso 36 dos 51 que marcaram frequentar museus também indicaram frequentar shows. Até aqui, pode-se constatar que quanto mais obliquidade há entre os outros hábitos culturais em relação ao costume de visitar museus, menor é a proporção de pessoas que costumam frequentar instituições museais.

Em relação às pessoas que indicaram ter como hábito cultural frequentar **Bibliotecas**, pode-se considerar aqui a situação um pouco diferente dos outros dois casos (cinema e shows). Os seis espaços mais visitados são, respectivamente, Palácio das Artes (29,4 %), Centro Cultural Banco do Brasil (21,5 %), Cine Belas Artes (15,7%), e Memorial Minas Gerais Vale, Espaço do Conhecimento, Museu de Arte da Pampulha e o Museu Mineiro, todos com quatro indicações ( 7,8%). É significativa esta análise porque indica uma frequência assídua a estes espaços equivalente aos que afirmaram ter como hábito cultural ir ao museu. E desviando da tendência constatada até a análise dos shows, para maior surpresa, o número de pessoas que marcaram as duas opções simultaneamente cai para 31, ou seja, desvirtua-se da hipótese de que, quanto maior a divergência entre os outros hábitos culturais e museus, menor é a frequência efetiva aos espaços. Afunilando nesta comparação entre os itens museus x bibliotecas, foi proposto uma medida para desempate. Foi analisado as outras duas escalas de valor que indica a ida (pelo menos uma vez) aos espaços, “**Costuma frequentar às vezes**” (4) e “**Já visitou o espaço alguma vez**” (3), concentrando-se nos espaços que mais apareceram na lista dos mais apontados por quem marcou museus e/ou biblioteca: Palácio das Artes, Centro Cultural Banco do Brasil, Cine

Belas Artes, Espaço do Conhecimento, Memorial Minas Gerais Vale, Museu de Arte da Pampulha e Museu Mineiro. A tabela a seguir, nos mostra esta comparação<sup>10</sup>:

TABELA 1 - Comparação entre aqueles que marcaram a opção “**Costuma frequentar as vezes**” (4) e “**Já visitou o espaço alguma vez**” (3) que tem por hábito cultural frequentar museus e bibliotecas

|                                 |   | Bibliotecas | Museus      |
|---------------------------------|---|-------------|-------------|
| Palácio das Artes               | 4 | 11 - 21,6%  | 17 - 33,3 % |
|                                 | 3 | 12 - 23,5 % | 15 - 29,4 % |
| Centro Cultural Banco do Brasil | 4 | 11 - 21,6%  | 17 - 33,3 % |
|                                 | 3 | 8 - 15,4 %  | 9 - 17,6    |
| Cine Belas Artes                | 4 | 10 - 19,6 % | 11 - 21,6 % |
|                                 | 3 | 14 - 27,4 % | 16 - 31,4 % |
| Museu Mineiro                   | 4 | 4 - 7,2 %   | 4 - 7,2 %   |
|                                 | 3 | 11 - 21,6 % | 16 - 31,4 % |
| Museu de Arte da Pampulha       | 4 | 3 - 5,9 %   | 3 - 5,9 %   |
|                                 | 3 | 14 - 27,4 % | 17 - 33,3 % |
| Memorial Minas Gerais Vale      | 4 | 4 - 7,2 %   | 7 - 13,7 %  |
|                                 | 3 | 16 - 31,4 % | 22 - 43,1 % |
| Espaço do Conhecimento          | 4 | 7 - 13,7 %  | 8 - 15,4 %  |

<sup>10</sup> As cores indicadas representam quais dos campos foi preponderante em relação ao seu equivalente no outro grupo. O verde indica preponderância, o azul empate e o vermelho perda.

|      |   |            |          |
|------|---|------------|----------|
| UFMG |   |            |          |
|      | 3 | 22 - 43,1% | 26 - 51% |

Em 12 dos 14 casos possíveis, o hábito cultural “museu” foi detentor de mais indicações, sendo que os outros dois casos tiveram empate. Isso pode indicar que o caso do hábito cultural “biblioteca” ter uma preponderância em relação ao hábito museus no costume efetivo de frequência aos espaços foi uma excepcionalidade, ou seja, um desvio da pesquisa.

### 3 ETAPA QUALITATIVA

Essa fase da pesquisa buscou aprofundar e confrontar alguns dados obtidos na fase quantitativa da pesquisa, principalmente aquela balizada pelo fato de que apesar dos participantes do questionário marcarem a opção que tem por hábito cultural frequentar museus, a maioria deles não costuma efetivamente frequentar estes espaços. Isso pode ser evidenciado através dos gráficos obtidos na análise, que quanto mais se subia na escala de conhecimento e frequência aos museus, mais diminuía a porcentagem de frequência na grande maioria dos espaços, principalmente nas instituições museais.

Ao indagar os participantes dessa etapa da pesquisa sobre os seus hábitos culturais mais frequentes, pode-se obter as seguintes categorias de respostas em relação a essa pergunta: cinema, museus, teatro, exposições, música, literatura e outros espaços. Com base nessas respostas e na recorrência dessas entre os oito participantes, pode-se inferir que os entrevistados têm como principais hábitos culturais frequentar museus, cinemas, teatros, shows e exposições. Mas é importante ressaltar que um dos entrevistados não fez menção de ter como hábito cultural frequentar museus e exposições, apesar de que o participante o afirmou positivamente no início da entrevista, tendo em vista que frequentar museus, era, inclusive, um dos pressupostos para participar dessa etapa do estudo. Pode-se entrever esse dado na resposta a seguir:

Entrevista 6:

Entrevistador: *“Quais os seus hábitos culturais mais frequentes?”*

Participante: *“Principalmente música, eu acho, eu gosto muito de concertos, shows, esse tipo de coisas.”*

Interligado a indagação sobre os hábitos culturais dos participantes da pesquisa, se encontra o questionamento sobre o que é considerada uma frequência assídua aos museus pelos integrantes da amostra qualitativa. Com relação à periodicidade de visita aos museus, obteve-se as seguintes categorias de respostas: uma vez ao mês; uma vez a cada dois meses; uma vez a cada três meses; feriados, finais de semana e tempo livre; e quando há uma exposição nova. Algo que chamou a atenção é que alguns participantes apontaram que a sua frequência e periodicidade estão ligadas ao fato de se ter novas exposições nos museus, dado que atesta a importância e a influência da rotatividade das mostras expositivas para uma frequência mais assídua a esses espaços, resultado que também foi evidenciado quando se perguntou *“Ao visitar museus, você é normalmente motivado por novas exposições? Ou isso não influencia em nada sua decisão de visitá-lo?”*.

A partir dessas categorias de respostas sobre a periodicidade de visita a museus, pode-se indagar se de fato os participantes dessa etapa da pesquisa tem por hábito cultural frequentar essas instituições. Cruzando tais respostas com os dados obtidos com a pergunta *“Você poderia citar os nomes de outros espaços culturais que você conhece ou que você já visitou em Belo Horizonte, que não foram citados aqui?”*, pode-se concluir que apesar dos entrevistados apontarem as visitas aos museus como um hábito cultural, esse não pode ser caracterizado como tal, tendo em vista a quantidade de museus e a rotatividade de suas exposições na cidade de Belo Horizonte, bem como o desconhecimento destes espaços pelos participantes.

O desconhecimento dos museus por parte daqueles que ascenderam a etapa qualitativa da pesquisa pode ser atestado pelo fato de que apesar dos entrevistados terem respondido afirmativamente conhecer os espaços previamente dados na entrevista, estes não conseguiram citar uma variedade de nomes dos museus que se situam em Belo Horizonte, o

que contribuiu para também colocar em xeque a frequência e o hábito cultural dos entrevistados em visitar museus.

Com relação aos principais motivos da frequência aos museus, foi possível construir as seguintes categorias de respostas: conhecimento sobre o local (cultura); conhecimento de uma forma geral; informações; temática abordada; programação; gratuidade; incentivos do curso; por gostar do ambiente; percepção e estética. A partir da análise de algumas respostas, pode-se colocar que a maioria dos participantes é motivada a ir aos museus pelas temáticas abordadas dentro destes espaços, ponto que atesta o gosto individual de cada participante por um tema, e pelo conhecimento e informação que esses espaços podem propiciar, seja de cunho científico ou cultural. Veja alguns exemplos de respostas para essa questão:

Entrevista 2:

Entrevistador: *“E... Por quais motivos... é... você costuma frequentar esses espaços, quais são os motivos?”*

Participante: *“Bom... é, geralmente mais, mais ligada à temática, do que propriamente ao museu, né hm... Uma exposição que interesse, é... muitas vezes também a questão da gratuidade né, da entrada do museu, uma programação de baixo custo e que viabiliza... o programa né, e também muitas vezes o preço que chama mais atenção.”*

Entrevista 3:

Entrevistador: *E por quais motivos você costuma frequentar os museus e esses espaços que você citou?*

Participante: *“Áhn... Pra conhecer o que cientificamente o museu pode oferecer né, conhecer outros tipos de ciências e de culturas, esses tipos de coisa.”*

Entrevista 1:

Entrevistador: *“E por quais motivos você costuma frequentar esses espaços ?*

Participante: *“Acho que é uma forma mais clara de ter informações sobre o lugar, quando vou visitar sobre o lugar, quando aqui em Belo Horizonte sobre algum assunto, eu gosto da... da forma como é visto, da exp...explicação do museu, da história por trás, da beleza também da montagem.”*

Com relação à pergunta “E por quais motivos você acha que algumas pessoas não frequentam esses locais?”, pôde-se obter as seguintes categorias de respostas: ser um espaço de reflexão; entediante; falta de acesso por questões geográficas; distância das pessoas com menor renda; falta de incentivo; falta de pertencimento; falta de informação; e falta de interesse. Como pode-se observar nos trechos transcritos abaixo:

Entrevista 4:

Entrevistador: *“E por quais motivos você acha que algumas pessoas não frequentam os museus e espaços culturais aqui em Belo Horizonte?”*

Participante: *“Ah eu acho que é um, assim, as... né... Primeiramente as pessoas não con..., muitas pessoas não conhecem, as pessoas também não sentem, não se sentem muito parte daquilo né então. Por exemplo, na escola eu vejo que é muito distante. Ter aulas no museu por exemplo, às vezes não tem essa possibilidade né. O museu é muito assim a uma vez por ano a gente vai lá fazer uma excursãozinha, mas acaba que assim os alunos não se sentem integrados, não podem pensar que assim, aquilo é conhecimento, não é só para você ver e admirar, distante né... assim, do seu dia a dia.”*

Entrevista 5:

Entrevistador: *“E por quais motivos você acha que as pessoas costumam não frequentar os museus?”*

Participante: *“Não sei, eu acho que pra gente que é universitário é mais fácil, porque a gente tem muito acesso aos quais museus que existem, o que existe em cada tipo de museu... Mas eu fico pensando, por exemplo, nas pessoas que moram no meu bairro. Eles não tem tanta informação assim sobre esse tipo de programação, e acabam que eles.... acho que eles não vão por causa disso”.*

Entrevista 2:

Entrevistador: *“Por quais motivos você acha que as pessoas não frequentam esses locais?”*

Participante: *Qual?.*

Entrevistador: *E quais são os motivos que você acha que as pessoas não frequentam os museus ?*

Participante: “É... eu acho que, é..., principalmente, pra... aqui estamos na realidade de uma universidade e tudo, a questão do acesso a esses espaços é meio intuitivo né, é tanto ter conhecimento do que tá em mostra, e quais são esses espaços e onde são né, é... eu acho que também tem uma variável que é meio geográfica nesse lance né, muitas vezes a localização dos museus é na zona sul, que é distante dos lugares das famílias que têm menos renda né no, no contexto da cidade né... eu acredito que as pessoas não tenham acesso a esses espaços, pela questão geográfica, a questão do preço acho que nem, nem, nem é o que mais, nem é o mais relevante, mas...”

Entrevista 8:

E: “E por quais motivos você acha que as pessoas não frequentam museus ?”

P: *Eu acho que... por falta de um pouco de... de informação, também é, tem muitas pessoas que não tem acesso a arte ou, ou a cultura né, diretamente assim, então muitas vezes não sentem vontade de ir ou não sabem apreciar uma... uma exposição ou, ou as coisas que são realizadas nesses centros culturais né”.*

A partir desses resultados e categorias de motivos para não frequência aos museus pelo seu não público, pode-se traçar um paralelo com as respostas obtidas através do questionário aplicado na etapa quantitativa. Segundo os resultados alcançados através do questionário, os participantes apontaram que os principais fatores da não ida aos museus é a falta de conhecimento, falta de tempo, condições de acesso e falta de interesse, tendo em vista que essas categorias já eram pré-estabelecidas. Esses fatores apontados no questionário por aqueles que não costumam frequentar esses espaços, também aparecem nas entrevistas, podendo-se concluir que os fatores falta de informação, acesso e falta de interesse são os motivos predominantes para a não ida aos museus por parte da população, fatores que também colocam em xeque a ausência de estudos de usuários e de não públicos em museus belorizontinos, que deveriam ter como intuito conhecer e sanar as necessidades desses segmentos da população, tornando-os espaços mais atrativos.

Outro dado obtido através da análise das entrevistas que também é um fator relevante para pesquisa é a ocorrência de um dos participantes pontuar que não costuma frequentar os museus de arte por não possuir um “acúmulo” que o permite visitar esses espaços com

maior frequência. O uso do termo acúmulo pelo participante nos transportou para as reflexões de Bourdieu sobre a questão de que quem costuma frequentar os museus de arte apresentam um capital cultural, ou seja, a possibilidade de decifrar as obras de arte expostas. A ausência da possibilidade de decifração do conteúdo exposto pelo público entrelaça-se a alguns dos motivos apontados para a não frequência aos museus, como por exemplo, a falta de conhecimento sobre os espaços, bem como a falta de pertencimento. Tal fator é agravado pela falta de estudos sobre recepção de exposições pelo público.

Entrevista 2:

Entrevistador: *“E quais temas tratados em museus chamam mais sua atenção e por quê?”*

Participante: *“Quais temas... ah...é.”*

Entrevistador: *“Que temas você se interessa... você se interessaria..”*

Participante: *“Quais temas? Caramba, não sei!”*

Entrevistador: *“É tipo assim, cê prefere um museu de artes plásticas, de história...”*

Participante: *“De história...De história... é”*

Entrevistador: *“De ciências e técnicas...”*

Participante: *“Éee... Eu acho o que, o que mais, um negócio, que me chama mais atenção é história e sociedade, outros ligados a artes assim, eu não tenho muito acúmulo, então não poderia dizer que me influencia tanto, mas que... a arte voltada pra isso, é história e sociedade, talvez seja o que mais chama a atenção, o que me leva a frequentar uma exposição”.*

Interligado ao fator do capital cultural, como apontado acima, se encontra a linguagem museal. Chamou atenção uma das falas de um dos entrevistados, na qual, ao responder “Quais temas nos museus te chamam atenção e porque?”, pontuou que gosta dos museus que oferecem diferentes formas de linguagem museal e de integração dos diferentes segmentos de público. Tal frase nos permite refletir sobre a importância dos museus em repensarem suas linguagens expositivas tradicionais, novamente a partir das pesquisas de público e de não público, de modo a gerar sentimento de pertencimento e identidade dentro dos museus. O uso de uma linguagem expositiva tradicional não inclusiva é mais um dos motivos pelas quais as pessoas não frequentam esses espaços, pois, como atesta um dos participantes da pesquisa, algumas linguagens, como a da arte contemporânea, que durante

a entrevista ele chama de “louca”, podem gerar medo ou insegurança em seus não públicos, resultando em uma não visita aos museus. Ressaltando que tais linguagens tradicionais não se restringem a somente museus de arte, mas também as outras tipologias de instituições museológicas.

Entrevista 4:

Entrevistador: *“E quais temas nos museus te chamam mais atenção e porquê?”*

Participante: *“Nossa que pergunta difícil... Não sei, acho que principalmente aqueles os que fujam muito daquela coisa de, né assim, é um acervo histórico e pronto, né, acho que aqueles que né, tentam fazer diferente, usam outras linguagens né, que integrem mais as pessoas, mas também não que, usam umas coisas muito loucas que as pessoas sintam medo assim, e de que... Um que eu gosto muito, que eu falei que é o da Vale (Memorial Minas Gerais Vale), e que eu sinto isso lá né, acho que é uma proposta diferente de contar a história de Minas, se tem uma coisa bem histórica, mas se também tem uma abordagem, a partir do artesanato, então eu gosto dessa proposta”.*

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Buscando responder os objetivos da pesquisa que tinha como foco indagar se os discentes da Universidade Federal de Minas Gerais conheciam e frequentavam os museus situados na cidade de Belo Horizonte, partiu-se para o uso de duas técnicas de pesquisa diferentes: a aplicação de questionários e a realização de entrevista com os estudantes da UFMG. Para duas técnicas, duas metodologias diferentes de exame dos dados coletados: análise quantitativa com o emprego de questionários, correlacionando algumas variáveis; e para as entrevistas, a análise de conteúdo, forma de análise qualitativa, que quantifica as variáveis e transformam-nas em insumo substantivo para articulação de dados.

A partir dos resultados de ambas as fases da pesquisa, pôde-se concluir que, apesar dos discentes da UFMG terem afirmado que têm por hábito cultural frequentar os museus, boa parte dos participantes, seja aqueles que ascenderam a pesquisa através do questionário ou através da entrevista, não costumam frequentar assiduamente estes espaços. Tal fato pode

ser evidenciado através dos resultados obtidos na escala de conhecimento e frequência dos espaços listados no questionário e também por meio da questão na entrevista onde foi solicitado que os participantes citassem outros nomes de espaços culturais que eles conheciam, para além dos espaços previamente dados, o que resultou em um baixo número de espaços, visto a quantidade de museus e outras instituições culturais situadas em Belo Horizonte.

Outro fator que justifica as afirmações acima é o fato de que a periodicidade de visita aos museus pelos discentes entrevistados é uma vez a cada dois ou três meses, o que não é temerário destacar que este intervalo de tempo não caracteriza uma frequência propriamente dita. Portanto, apesar de vários estudos, como o de Bourdieu em “Amor pela Arte”, citar que quem costumam frequentar os museus possuem um certo “capital cultural”, fator interligado ao nível instrução do indivíduo, na presente pesquisa o fator possuir um nível de instrução mais elevado não foi relevante, pois os participantes da pesquisa, em sua maioria, não frequentavam efetivamente esses espaços.

As respostas para as perguntas que vieram à tona nesta pesquisa não poderão ser descritas nestas considerações. As pretensões desta pesquisa, de certa maneira, foram atingidas, sendo possível delinear através de um público potencial o que seria um público efetivo e um público não efetivo dos museus da cidade de Belo Horizonte. Por se tratar de uma pesquisa com uma amostra não probabilística, partindo de um princípio comum, de que o meio universitário contém pessoas que poderiam se interessar pelas atividades desenvolvidas nos espaços culturais de Belo Horizonte, pode-se observar que mesmo neste universo, há ainda um ínfimo percentual de pessoas que tratam os museus como lugares não só de informação, mas de conhecimento. Ou seja, alguns participantes enxergaram estes espaços como lugares com um poder heurístico que pode suscitar indagações, reflexões, conflitos e conhecimento.

Não obstante, não pode-se impor a culpa no lado daqueles que desconhecem os museus, e nem por sua falta de procura ou interesse, mas sim, naqueles que são incumbidos de trabalhar nos meios para difusão destes espaços e sua conseqüente fruição. Destaca-se, que muito dos espaços que obtiveram grandes indicações de desconhecimento ou de não frequência, são instituições com orçamentos minúsculos, que não comportam a demanda de

trabalho, e que essa marginalização é uma mão pesada para a sustentação de uma prática estável nestas instituições.

Dos percalços de se abordar os participantes da pesquisa, seja na etapa quantitativa e na qualitativa, na análise dos dados obtidos, e nas principais dificuldades encontradas no processo de realização da mesma, pode-se colocar que para além dos resultados alcançados, a pesquisa lançou novas reflexões sobre as problemáticas na hora de realizá-lo e a importância em se realizar pesquisa de público e não público no universo museal, apesar dos poucos recursos orçamentários dessas instituições, pois é através deste processo, que se dará a relação dialógica e comunicativa entre a instituição museal e o seu público.

## REFERÊNCIAS

**AMAZONAS**, Archimedes Ribas. **A imagem dos museus de Salvador e o público Universitário**. In: V ENECULT, 2009, SALVADOR. V Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura - ENECULT, 2009.

**CUNHA**, Murilo Bastos da. **Metodologia para estudo dos usuários de informação científica e tecnológica**. Revista de Biblioteconomia de Brasília, Brasília, v.10, n. 2, p. 5-19, 1982.

**DARBEL**, Alain. **BOURDIEU**, Pierre; **O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público**. Trad. Guilherme João de Freitas Ferreira. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Zouk, 2003, 243 p.

**DIONNE**, Jean. **LAVILLE**, Christian. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. Porto Alegre: Editora Artes Médicas Sul Ltda; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.