

# USO DA INFORMAÇÃO EM MUSEUS: visitas ao Centro Cultural de São Francisco

## USE OF THE INFORMATION IN MUSEUMS: visits to the San Francisco Cultural Center

Tahis Virgínia Gomes da Silva\*

Francisca Arruda Ramalho\*\*

### RESUMO

Objetivando analisar o uso da informação pelos usuários/visitantes do Centro Cultural de São Francisco (CCSF) foi desenvolvida esta pesquisa de caráter exploratório-descritiva, com abordagem qualitativa e quantitativa (uso de gráficos e tabelas) na análise dos dados, no ano de 2007, como resultado de Trabalho de Conclusão de Curso. A População foi composta por quarenta usuários/visitantes do CCSF. A análise dos dados mostrou que os usuários/visitantes do CCSF eram, em sua maioria, do sexo feminino, tem entre 26 e 30 anos de idade; com nível superior e de pós-graduação; ganhando entre dois e cinco salários mínimos; solteiros; raramente freqüentavam museus; passavam entre duas ou três horas numa exposição museológica e tinham a leitura como principal preferência de lazer. Para estes usuários/visitantes do CCSF o que motivou à visita a instituição museal foi a "curiosidade" e os "estudos" e o uso da informação adquirida no CCSF se davam na vida social. Conclui-se que os estudos de usuários e usos da informação em museus são relevantes. São, então, necessárias práticas expositivas que viabilizem o acesso democratizante às linguagens museológicas. Isso só acontecerá quanto o usuário for compreendido como um agente participante na visita aos museus e quando a administração das instituições museais - quer na esfera pública quer na privada - passarem a pensar suas exposições em pró da satisfação das necessidades de informação dos seus usuários/visitantes.

Palavras-Chaves: Museu – Centro Cultural de São Francisco. Disseminação da Informação – Museu. Estudo de Usuário – Museu.

### ABSTRACTS

Aiming to analyze the use of information by users / visitors of the Cultural Center of San Francisco (CCSF) has developed this research exploratory-descriptive study, qualitative and quantitative (using graphs and tables) in the data analysis, in

Biblionline, João Pessoa, v. 7, n. 1, p. 22-37, 2011.

2007 as a result of work Completion of course. The population was composed of forty users / visitors to CCSF. Data analysis showed that users / visitors to CCSF were mostly female, are between 26 and 30 years old, with college and graduate school, earning between two and five minimum wages; single; rarely frequented museums, passed between two or three hours in a museum exhibition and had the main reading preference for leisure. For these users / visitors to CCSF what prompted the visit to the museum institution was "curiosity" and "studies" and the use of information acquired in the CCSF get along in social life. We conclude that studies of users and uses of information in museums are relevant. Are then necessary expository practices provide access to the languages democratizing museum. This will only happen as the user is understood as an agent participating in the visits to museums and institutions where the administration of the museum - either in public or in private - will now consider its pro exhibitions in the satisfaction of information needs of its users / visitors.

Keywords: Museum - Cultural Center of San Francisco. Information Dissemination - Museum. User Study - Museum.

---

## 1 INTRODUÇÃO

Segundo Almeida (2005) e Höge (2000) no percurso histórico das instituições museais os visitantes foram muitas vezes reduzidos a meros observadores, como espectadores passivos diante do espetáculo que lhe era imposto pelo museu.

Faz-se necessário verificar como a instituição museal tem atuado para garantir o acesso da população aos bens materiais que conserva, e, sobretudo, as informações que divulga ou

deveria divulgar. Nesse contexto, desenvolveu-se esta pesquisa com o objetivo de analisar o uso da informação pelos usuários/visitantes do Centro Cultural de São Francisco (CCSF), instituição com mais de duas décadas, abrigada no conjunto arquitetônico de estilo barroco, construção de mais de quatrocentos anos, localizado no centro antigo da cidade de João Pessoa capital da Paraíba, compreendido como uma instituição museal divulgadora de informação.

Reconhecer o visitante de museu como um usuário da informação é um passo, ainda que curto, para construir uma relação dialógica público e instituições museais, uma vez que essa relação só será realmente construída quando os administradores de museus, casas de culturas e instituições afins passarem a conceber suas exposições a partir das necessidades e interesses informacionais dos visitantes.

## 2 ESTUDOS DE USUÁRIOS

Segundo Nice Figueiredo (1999) o usuário não era o centro da atenção dos estudos realizados na área das ciências sociais, até o início do século XX, uma vez que o principal objetivo das pesquisas desenvolvidas na época era orientado para a eficiência dos sistemas e eficácia dos serviços. A preocupação era garantir a organização da informação, seguindo normas e regras determinadas, do que verificar como essa informação estava chegando ao usuário. A mudança de paradigma só ocorreu por volta da década de 70, quando começaram os primeiros estudos voltados para o usuário no campo das ciências sociais.

Cunha (1982) enfatiza que os estudos de usuários da informação assumiram destaque no decorrer da história da área biblioteconômica, assumido o papel principal no passar dos anos quando os estudos antes voltados para os sistemas informacionais foram direcionados num viés centrados nos

usuários, requerendo-se para a eficácia desses estudos abordagem qualitativa.

Os estudos na área da ciência da informação passaram a enfatizar a presença do usuário como um indivíduo que tem necessidades informacionais. E, para tanto, os estudiosos passaram a utilizar projetos e programas que viabilizem identificar a partir do perfil dos usuários. Utilizando mecanismos para estudar os aspectos relacionados às buscas e necessidades informacionais destes.

Reconhecendo o papel do usuário como agente principal para um sistema de informação, cabem as unidades de informação definir quais os procedimentos que melhor se adequem para realizar estudos que identifiquem padrões de buscas de informação e características de seus usuários. Pois esses estudos contribuem para a melhoria da qualidade dos serviços de unidades de informação ou a adaptação desses serviços e produtos a finalidade de satisfazer as necessidades informacionais de seus públicos. Contudo, não se pode adotar qualquer procedimento, pois como afirma Nice Figueiredo os estudos de usuários são:

Técnicas usadas nas ciências sociais para observar ou questionar os usuários de sistemas de informação, com o objetivo de entender as suas necessidades, preferências, opiniões e avaliação a respeito de serviços que a eles são oferecidos ou podem vir a ser oferecidos (FIGUEIREDO, 1994, p.35).

Segundo Sanz Casado (1994) estudar os comportamentos informacionais diante da diversidade de indivíduos é um empreendimento complexo, observando a gama de variáveis de hábitos e atitudes do usuário no que competem às suas necessidades, buscas e usos de bens informacionais que visem a sua satisfação. Contudo, ressalta o autor que esse cenário comportamental apresenta características de semelhanças e paridade dentro de um

determinado grupo ou comunidade, o que nos concede certa uniformidade, estabelecendo suportes que possibilitam o estudo desse grupo ou comunidade, promovendo a aplicabilidade de planejamento de melhorias dos serviços informacionais.

Sendo assim, é através dos estudos de usuários que os sistemas informacionais levantam dados que possibilita a melhoria da qualidade de serviços, acervos, habilitação de pessoal e adequação de setores e funções procurando satisfazer seus usuários em suas buscas e necessidades informacionais.

Para Choo (2003), a informação só tem utilidade quando lhe é conferido significado pelo usuário. Assim, a informação só será útil quando o usuário infunde-lhe significado. Por isso, destaca o autor “é importante estudar como a informação obtida é usada, entender como a informação ajuda o usuário e avaliar os resultados do uso, inclusive seu impacto, seus benefícios e contribuição para a noção de eficiência ou desempenho.” (CHOO, 2003, p.71).

Daí a relevância de estudar o usuário da informação, em especial estudar os usos que o usuário faz da informação, como emprega os dados que obteve ou que lhe foram oferecidos por dado sistema informacional, e como estes são empregados nas atividades cotidianas.

### 3 MUSEUS E SEUS VISITANTES

Os Museus foram criados como uma maneira de preservar a memória, ordenando e guardando objetos que representassem à história de uma pessoa, grupo ou sociedade como um todo. Hoje em dia sua definição foi ampliada, pois, como afirma Santos (2004):

Atualmente podem ser consideradas instituições museais não só monumentos, jardins botânicos e zoológicos, aquários, galerias, centros

científicos, planetários, reservas naturais, como também centros culturais, práticas culturais capazes de preservar legados intangíveis e atividades criativas do mundo digital.

Segundo Höge (2000), a princípio os museus eram concebidos como território de encontro entre apreciadores e especialistas de Arte e das ciências naturais, os acervos eram composto por obras consagradas, quer fossem pinturas de artistas célebres ou escultores renomados, ou ainda, objetos que representassem as manifestações culturais, fósseis ou espécimes naturais de determinada civilização. Nesse período os museus assumiam a função de armazenar a história artístico-cultural de um povo, um espaço para guardar obras de artes e acervos históricos, com segurança contra agentes nocivos quer fosse à ação do homem ou animais e insetos e até as intempéries climáticas. Os museus não eram, portanto, locais abertos à visitação pública, onde o cidadão comum pudesse apreciar os bens culturais ali reunidos.

Com o passar dos séculos é que os espaços museais foram abrindo caminho para a visitação do homem comum e a partir dessa abertura iniciaram-se também as tentativas de diálogos entre os visitantes e as instituições museais. Nos últimos anos, os visitantes passaram a ser compreendidos como foco principal de algumas instituições, onde suas exposições começaram a ser planejadas em vista da satisfação das necessidades informacionais de seus visitantes.

Ainda para Holger Höge (2000, p. 60) é coerente observar “os museus como instituições de comunicação”, onde a finalidade dessa instituição não seja reduzida a uma ênfase exacerbada a organização dos objetos no espaço físico museal, a exposição em si, mas, sobretudo, deve enfatizar o processo comunicativo entre museu e públicos visitantes. Onde o ponto de vista de observador do homem comum (ou o

usuário/visitante) seja valorizado. Assim, deve-se reconhecer que “as necessidades e experiências dos visitantes exigem e merecem tantos cuidados como a exposição” (HÖGE, 2000, p. 60).

Castro (2005, não paginado) ressalta que “dentre as chamadas instituições de memória, o museu tem um papel ímpar na sociedade moderna como mediador entre o público e o acervo, e como comunicador e produtor de discurso”. Assim reforça o caráter comunicador, e informador do museu, representado pelas formas de exposição desenvolvidas por este, gerando ou não uma relação dialógica entre o seu público. Uma vez que “a forma pela qual o público recebe o conteúdo e a mensagem de uma exposição proposta assegura e garante a legitimidade da função social do museu”. (Castro, 2005).

Visão esta que intensifica a interligação do tripé museu, comunicação e informação, configurando-se como uma íntima e dependente relação que é solidificada através das instituições sociais.

#### 4 CONSIDERAÇÕES METODOLÓGICAS

Esta pesquisa caracterizou-se como exploratória (por fazer um levantamento bibliográfico sobre o assunto abordado) e descritiva, uma vez que “nesse tipo de pesquisa, os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpelados [...]” (ANDRADE, 1998, p. 104). Quanto aos procedimentos trata-se de uma pesquisa de campo, baseada “na observação de fatos tal como ocorrem na realidade.” (ANDRADE, 1998, p. 105).

Utilizou-se como instrumento de coleta de dados a observação sistemática do campo estudado e o questionário, empregado pelo contato direto entre pesquisadora e sujeitos de pesquisa uma vez que “o próprio pesquisador, [...], aplica o questionário diretamente [...]” (RICHARDSON, 1999, p.196).

O questionário é composto de *perguntas abertas* que levam os pontos de vista dos sujeitos; e *perguntas fechadas* com o intuito de levantar “informações sociodemográfica do entrevistado, ou seja, onde foi traçado o perfil do usuário (sexo, escolaridade, idade, etc.) e respostas de identificação de opinião (sim - não, conheço - não conheço, etc.)” (RICHARDSON, 1999, p. 193). Compreendendo com isso por dois Blocos. Bloco A: perfil do usuário e o Bloco B: uso da informação. Segundo Richardson (1999) os questionários correspondem as duas finalidades inicialmente, a saber: “descrever as características e medir determinadas variáveis de um grupo social.” (RICHARDSON, 1999, p. 189).

O Bloco A está voltado para as características do perfil do usuário/visitante do CCSF contém as questões que elucidam aspectos de semelhanças entre os sujeitos da pesquisa, procura-se identificar o que há em comum entre os indivíduos pesquisados. Por sua vez, o Bloco B referente às questões sobre o Uso da Informação levanta aspectos objetivos dos usuários/visitantes do CCSF sobre os serviços, produtos oferecidos pela instituição ao seu público visitante e, sobretudo, sobre como os usuários/visitantes do CCSF utilizam as informações obtidas na instituição.

Realizou-se um pré-teste para validar esse instrumento de coleta de dados, procurando identificar pontos falhos e possíveis reduções ou adaptações nas questões elaboradas, um mês antes de sua aplicação. O Pré-teste realizou-se com dez sujeitos, visitantes do CCSF. O Pré-teste foi aplicado, nos turnos da manhã (das 9 às 12 horas) e da tarde (das 14 às 17 horas) no CCSF, no período de uma semana, mais precisamente na semana de 16 a 20 de julho de 2007, ocorrendo de quarta a sexta-feira, na recepção do CCSF, consultando os usuários/visitantes após a visitação ao museu.

Após a validação do questionário o mesmo foi aplicado com os usuários/visitantes do CCSF

no período de Julho/Agosto, sendo duas semanas em cada mês de pesquisa de 2007.

Achou-se conveniente também enviar por “e-mails” o questionário a pessoas que já tivessem visitado o CCSF para que estes respondessem as questões. Possibilitando questionários com respostas mais expressivas, uma vez que o visitante/usuário sentia-se mais a vontade para expressar suas impressões sobre o CCSF, no aconchego do seu lar e sem a preocupação com o tempo despendido na visita. Os e-mails foram enviados e recebidos entre a segunda quinzena de agosto de 2007.

A população da pesquisa é composta pelos usuários/visitantes do Centro Cultural de São Francisco, que responderam o questionário aplicado, identificados pela sigla U/v seguido de um numeral arábico, com o objetivo de manter o anonimato dos visitantes. A amostra da pesquisa se constituiu do número de usuários/visitantes que responderam o instrumento de coleta de dados. Sendo assim, os resultados apresentados na análise dos dados são referentes aos quarenta indivíduos que responderam os questionários, dentre os cinquenta distribuídos.

Para análise dos dados adotaram-se métodos estatísticos e sistemáticos. Para tanto, utilizou-se tabelas e gráficos para ilustrar a análise. Portanto, caracterizando essa pesquisa como uma abordagem qualitativa e quantitativa.

#### 4.1 PERFIL DOS USUÁRIOS/VISITANTES DO CCSF

Segundo Richarson (1999) com intuito de traçar o perfil sociodemográfico (sexo, escolaridade, idade, formação profissional, etc.) dos sujeitos da pesquisa, pretendo identificar traços de semelhanças que os identifiquem enquanto uma comunidade e/ou grupo de usuários levanta-se informações sobre esses sujeitos. Portanto o Bloco A do questionário constitui o: Perfil do

Biblionline, João Pessoa, v. 7, n. 1, p. 22-37, 2011.

Usuários/visitantes do CCSF do público investigado onde considerou-se as seguintes variáveis: sexo, faixa etária, estado civil, nível de escolaridade, renda familiar, preferências de lazer, se já visitou outros museus, quanto à frequência e permanência em visitas a museus e instituições museais

Analisando a categoria sexo, evidenciou-se que 28 dos usuários são mulheres, ou seja, 70% de indivíduos do sexo feminino e 12 são homens, ou seja, 30% do sexo masculino. O que deixa claro a predominância do sexo feminino, entre os usuários/visitantes que responderam ao questionário aplicado.

Com relação à categoria faixa etária definiram-se os intervalos que vão dos 15 anos de idade a mais de 40 anos para representar a variação de idade entre os indivíduos pesquisados. Verifica-se que dos usuários/visitantes que a maioria dos indivíduos 32,5% tinha entre 26 – 30 anos de idade.

Na variável Estado Civil os dados evidenciaram que a maioria dos usuários/visitantes (62,5%) eram solteiros.

O grau de escolaridade é um índice que pode denotar a inclusão ou exclusão de públicos visitantes de museus (ALMEIDA, 2005). O que se denota nesta pesquisa é que dos usuários/visitantes grande maioria 27,5% tinha Nível de Pós-Graduação ou tinha Nível Superior Completo. Assim o fator Nível de Escolaridade representa um percentual relevante no hábito de frequência de museus.

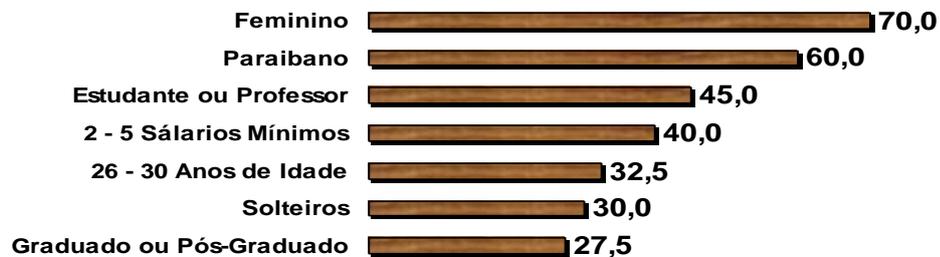
A ocupação ou profissão do indivíduo é outro fator que interfere em seus comportamentos de necessidades de busca e uso da informação, assim constatou-se que nesta pesquisa 45% dos usuários/visitantes do CCSF declaram-se “estudantes” ou “professores”. Este percentual leva a afirmar que estudantes e professores são os indivíduos que mais

freqüentam museus, sendo estes usuários reais das instituições.

Nesta pesquisa, solicitou-se para correspondência da renda total da família ou das pessoas que conviviam com o usuário.

Assim, evidencia que grande parte dos usuários/visitantes (40%) tem renda familiar entre 2 – 5 salários mínimos. Estes dados podem ser constatados com o Gráfico 1, que se segue:

**Gráfico 1 – Perfil do Usuário/Visitante CCSF.**



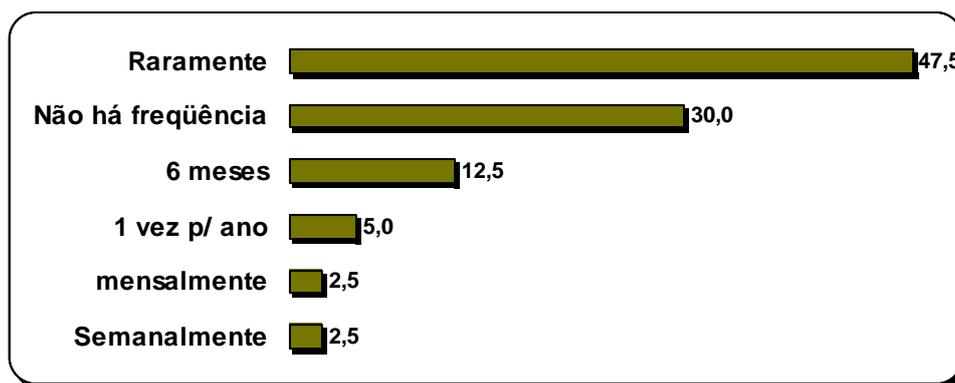
**Fonte:** Dados da Pesquisa/2007.

Estudos realizados na Europa em fins da década de 1990 e nos primeiros anos do século XXI indicaram a freqüência de visitantes nos museus. Constatando que na França 33% da população visita um museu pelo menos uma vez ao ano. Na Inglaterra esse percentual varia entre 29% e 58%. Na América do Norte o Canadá apresenta um percentual de 50% da população visitante anualmente de museus, enquanto nos Estados Unidos da América 56% dos norte-americanos visitam ao menos o museu de História uma vez por ano (SANTOS, 2005).

No Brasil este cenário é bastante diferente, uma vez que “não sabemos dizer nem mesmo qual a proporção da população que vai a museus” (ALMEIDA, 2005). O hábito da visita a museu não apresenta uma assiduidade nem freqüência uniforme, o que leva a crer que os

visitantes de museus no Brasil, no geral, são visitas esporádicas, em fins de “estação”. Esta afirmação torna-se mais evidente quando os dados da pesquisa comprovam que 50,0% dos usuários/visitantes do CCSF declararam que “raramente” freqüentam museus e 30,0% afirmaram que “não há freqüência” de visitação a museus.

Nesta pesquisa, a freqüência dos usuários/visitante a instituições museais pode ser considerada rara uma vez que metade dos usuários (50%) marcou a opção “raramente”. A esse dado seguem-se, a semestral (10%), anual (59%). Mensal e semestral alcançaram o percentual de 2,5%, respectivamente. Com um percentual bastante significativo (30%) têm-se aqueles que indicaram não haver freqüência.

**Gráfico 2**– Freqüência de visita a museus.

Fonte: Dados da Pesquisa/2007.

Quanto o tempo de permanência no ambiente do museu, observa-se que a maioria das respostas se concentra na opção de 2 a 3 horas (45,0%) seguido dos que declararam passar até mais de 3 horas (30,0%). A opção

“até uma hora” foi apontada por 25% dos usuários. Assim, tem-se que os usuários do CCSF (75%) quando visitam museus permanecem de duas a mais de três horas nos mesmos.

**Tabela 1** – Tempo de permanência no museu.

Tempo de permanência no museu	Número	%
2 – 3 horas	18	45,0
Mais de 3 horas	12	30,0
Até uma hora	10	25,0
Total	40	100

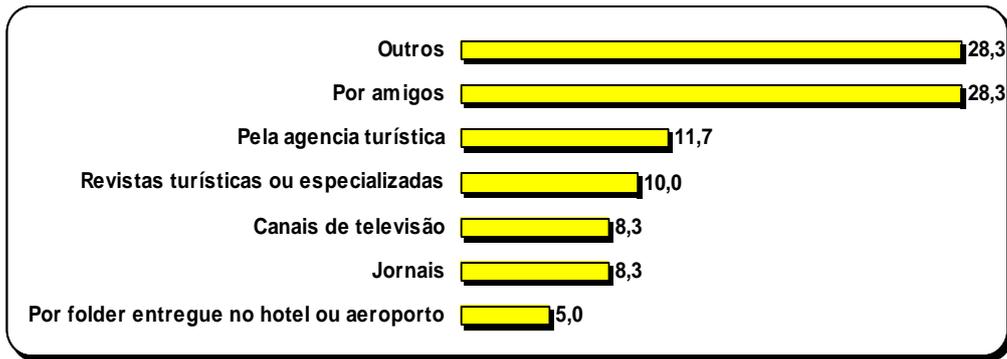
Fonte: Dados da Pesquisa/2007.

#### 4.2 USO DA INFORMAÇÃO NO CENTRO CULTURAL DE SÃO FRANCISCO

Para a composição do Bloco B: Uso da informação pelo usuário/visitantes do CCSF considerou-se as questões de múltiplas escolhas, e que representassem as opiniões dos indivíduos. Para tanto se observaram aspectos que melhor representassem os usos da informação no CCSF.

Analisando a questão de como os usuários/visitantes ficaram sabendo da existência do CCSF, tendo como itens de opção: amigos, agência turística, folder, periódicos, canais de televisão, Internet e outros, evidenciaram-se o percentual de

28,3% dos informantes que ficaram sabendo da existência do CCSF através de amigos; 11,7% através da agência de turismo; 10,0% por meios de revistas especializadas ou turísticas; 8,3% por meio de jornais (locais nacionais); 8,3 pela divulgação em canais de comunicação de massa, no caso a televisão; 5,0% dos entrevistados responderam que souberam da existência do CCSF através de folder entregue no aeroporto ou no hotel; 28,3 responderam que souberam da existência do CCSF através de outras fontes como parentes, colegas de trabalho, ou “ia passando e entrou” e por sua vez, não houve percentual para o item internet. O que se constata no Gráfico 3, a seguir:

**Gráfico 3** – Como o usuário/visitante soube do CCSF.

Fonte: Dados da Pesquisa/2007.

Sobre a questão referente às dificuldades dos usuários/visitantes em localizar o CCSF, 38 dos visitantes (95%) responderam que não encontraram nenhuma dificuldade. Duas pessoas (5,0%) relatam encontrar alguma dificuldade em chegar ao CCSF desde apenas um usuário indicou quais dificuldades teve em encontrar o CCSF.

*“Não existe uma linha de ônibus, ou um transporte que circule naquela área, então no meu caso, tenho que ir subindo, (pois é uma ladeira) até lá e se for ao final de semana, as ruas são esquisitas, o que dá certa insegurança”.* (U/v 40)

Pesquisas que se propuseram analisar a avaliação e aprendizagem em exposições museológicas constataram que os visitantes de museus trazem uma bagagem de “expectativas, motivações”, histórias de vida que antecedem à visita tornando-se um fator principal nos resultados desta, no que diz respeito à qualidade e ao êxito do museu como agente comunicador e disseminador de informação. Assim, “o contexto pessoal é de fundamental importância para a escolha do museu ou da exposição a ser visitada e também para determinar as expectativas do visitante” (ALMEIDA, 2005). Com isso ao atravessar o hall ou as portas de um museu o usuário traz em si um leque de anseios e esperanças quanto ao que vai encontrar no ambiente positivo do museu.

Nesse sentido perguntou-se aos usuário/visitantes do CCSF o que esperavam encontrar no Centro Cultural São Francisco. Obtiveram-se os seguintes comentários dos visitantes:

*“Esperava encontrar uma gama maior de mobília e objetos/utensílios da época. Foram muitas histórias para poucos detalhes em acervos palpáveis e visuais. (Obs.: Para mim que sou leiga, mas apenas a estrutura do centro já deve ser de grande valor histórico!)”.* (U/v 12)

*“Mais publicidades, informações sobre o Barroco através de “folder” e referências mais específicas, das obras, no acervo tais como: uma exposição de fotografias, telas e outros materiais, sala de vídeo, etc. Que fossem desenvolvidos projeto com oficinas por alguma fundação, incluindo também prêmios p/ descoberta de revelação de talentos. Que também tivesse transporte para esse roteiro p/ Secretaria de Turismo onde pudessem ser mais divulgados nas escolas e pelos visitantes”.* (U/v 13)

Em relação à satisfação do usuário/visitante com os serviços oferecidos no CCSF constatou-se que dos quarenta indivíduos 51,3% estavam completamente satisfeitos com os serviços; 35,9% regularmente satisfeitos; 18,8% dos entrevistados

regularmente insatisfeitos. O que se verifica com a Tabela 2, que se segue:

**Tabela 2** – Satisfação com os serviços oferecidos pelo CCSF.

Nível de Satisfação	Número	%
Completamente Satisfeito	20	51,3
Regularmente Satisfeito	14	35,9
Regularmente insatisfeito	5	18,8
Total	40	100

**Fonte:** Dados da Pesquisa/2007.

Pela a Tabela 2 observa-se que as opções relacionadas à “satisfação” dos usuários atingem um percentual de 87,2%, o que pode se afirmar que a satisfação dos usuários em relação aos serviços oferecidos pelo CCSF é positiva. Em relação à insatisfação esta pode ser considerada regular. Nenhum usuário se considerou completamente insatisfeito.

Questionados sobre o acervo do CCSF 52,5% dos usuários responderam que o acervo estava em bom estado de preservação e conservação; 37,5% em “estado razoável” e 10,0% em “excelente estado” de preservação e conservação.

Sobre o acervo os usuários/visitantes fizeram os seguintes comentários:

a) Bom

*“Acervo bom, porém precisa ser mais bem conservado. O CCSF constitui um dos mais fortes apelos culturais na nossa Paraíba, tanto para o seu povo como para quem o visita. Para valorizá-lo e atrair mais visitante precisa de mais vitalidade no local, como: a ocupação do adro para atendimento ao turista: (recepção, informações, feirinha de arte). Que exista um calendário oficial na divulgado e até pela internet”.* (U/v 35)

b) Razoável

*“Precisa ser mais organizado”.* (U/v 04)

*“O acervo devia ser mais explorado e conservado”.* (U/v20)

Assim pode-se considerar que a maioria dos usuários do CCSF considera o acervo do CCSF “bom”, conforme a tabela 3 que indica que 52,5 % dos entrevistados consideram o acervo o acervo do CCSF como “bom” porém propõem melhorias.

Ainda, sobre o acervo um usuário fez o seguinte comentário:

*“O problema não é o acervo, mas a falta de segurança, pois o único vigilante que o centro possui é insuficiente”.* (U/v 13)

Um dos grandes problemas destacados por visitantes de museus brasileiros é o estado de conservação do acervo. Outros indicam que problemas de infra-estrutura tais como quantidade e qualidade de banheiros, bebedouros, e outras comodidades como cafés e locais para o público se sentar; também interferem na qualidade da visita, além de ações que incentivem a preservação e limpeza; facilitem a comunicação tais como legendas, sinalização e folhetos explicativos podem possibilitar um melhor aproveitamento da visita. (ALMEIDA, 2005). São estes fatores que os usuários/visitantes do CCSF também destacam.

Para 37 dos usuários (92,5%) a disposição das obras de arte no interior do CCSF está adequada e para 3 deles (7,5%) inadequada. Dentre os comentários tecidos sobre a inadequação da disposição das obras do acervo do CCSF:

*“Acho o pátio interno muito isolado”.*  
(U/v 40)

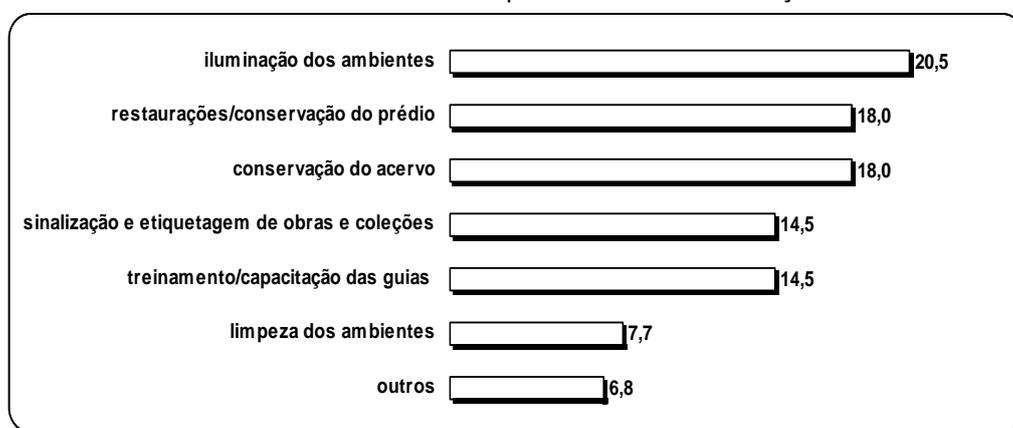
*“A exposição de arte popular quebra um pouco harmonia do conjunto (poderia ser colocada em outro local).”.*  
(U/v11)

Observa-se que a disposição das obras na concepção de uma exposição museológica é um dos recursos de comunicação museu e público, pois a forma de dispor o acervo pode tanto atrair como distanciar o visitante de uma instituição museal. Assim, quando o usuário/visitante aponta insatisfação com a forma de disposição do acervo do museu é

interessante rever o arranjo ou a ordenação das coleções no ambiente físico da instituição.

Sobre o que poderia ser melhorado no CCSF, solicitou-se aos usuários/visitantes que respondessem com até cinco opções. Para a pergunta verificou-se que 20,5% dos usuários apontaram o item “iluminação dos ambientes”; 17,9% indicaram a “conservação do acervo” e a “restauração/conservação do prédio” devem ser as principais melhorias no CCSF, respectivamente; 14,5% dos entrevistados responderam que o treinamento/capacitação dos guias e a sinalização e etiquetagem de obras e coleções são pontos que precisam melhorar no CCSF; Para 7,7% a “limpeza dos ambientes” como principal categoria a melhorar no CCSF, e por, 6,8% indicou a variável “outros”, citando exemplos como ter “oferta de brindes” ou “lanches para oferecer aos visitantes”; “ter mais segurança, com um maior número de vigias” como principal item a melhorar no CCSF. Tudo conforme o Gráfico 4 a seguir:

**Gráfico 4**– Como o CCSF pode melhorar os serviços.



Fonte: Dados da Pesquisa/2007.

Os usuários opinaram sobre como o CCSF pode melhorar a qualidade de seus serviços da seguinte forma:

*“Falta a sinalização das salas, para que os visitantes estejam bem localizados”.*  
(U/v 02)

*“Considero que: há pouca divulgação sobre a importância da instituição; falta mais comprometimento e interesse por parte de alguns guias”.* (U/v 26)

Os museus podem ser considerados, entre os ambientes educacionais, como os grandes contribuintes, especialmente nas últimas décadas, para a democratização do acesso à

informação. Isso se denota ainda mais com o advento dos museus virtuais ou a criação das páginas e *homepages* de museus que disponibilizam parte de acervo em rede, possibilitando que muitos usuários/visitantes, muitas vezes impedidos pela distância ou falta de recursos financeiros pudessem conhecer e “visitar” as coleções dos mais famosos museus do mundo. Os avanços propiciados pelas novas tecnologias trouxeram grandes vantagens para os museus e, sobretudo, para seus visitantes “a freqüente atualização, a possibilidade de suportar múltiplos usuários, o acesso sem considerar as horas em que está aberto, a oportunidade de aperfeiçoamento por parte dos leitores e o acesso a informações por pesquisadores” (MARCHI; COSTA, 2004). Assim, a visitação a museus virtuais, além de uma forma de inclusão digital e social é uma maneira de diminuir distâncias e enriquecimento cultural que ultrapassam as fronteiras de países e de povos distintos.

Pensando-se nessas novas possibilidades, advindas da Internet, indagou-se os usuários/visitantes sobre o hábito de visitar museus virtuais, assim, 90,0% dos usuários responderam que não visitam museus virtuais ao que quatro dos usuários (10,0%) do CCSF afirmaram que já visitaram *sites* de museus virtuais.

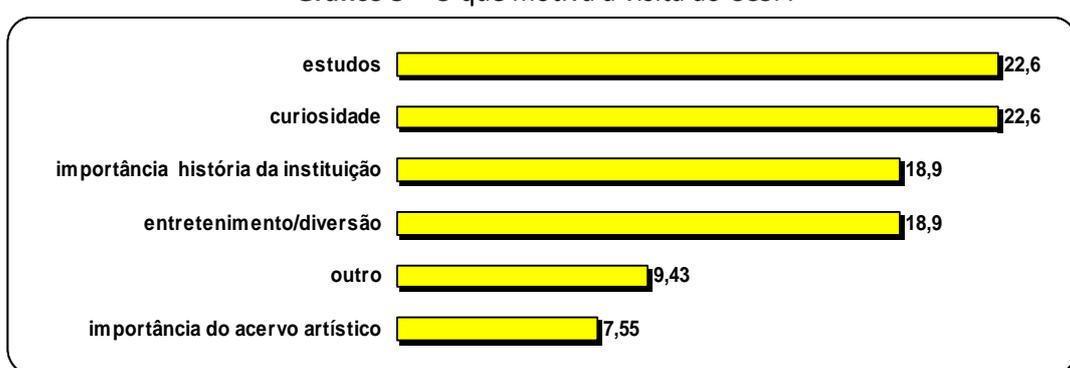
Existem várias motivações que levam um indivíduo ou grupo de pessoas a visitarem um museu. As motivações são diretamente

relacionadas aos conteúdos expositivos e, sobretudo “ao tipo de experiência” que proporciona a visita. Dentre as várias motivações há três razões principais, Almeida (2005, não paginado) para uma pessoa empenha-se em uma visita a um museu: “razões sociais e recreativas”, aquelas com o objetivo de promover a diversão, de forma agradável; “razões educacionais”, que possibilitem momentos de aprendizagem e enriquecimento do saber acadêmico; e por fim “razões 'reverenciais' (*reverential reasons*)”, possibilitando o conhecimento de “objetos únicos e monumentos sacralizados”.

As motivações podem ser estimuladas pela proposta expositiva do museu ou pelo tipo de museu, por exemplo, num museu de artes é possível afirmar que o visitante é motivado a ver obras de arte. No entanto, mesmo quando a tipologia do museu pretenda conduzir a motivação do visitante, esta se apresenta de forma bastante pessoal.

Sobre a motivação em visitar o CCSF os usuários se posicionaram de diversas formas: os itens “curiosidade” e “estudos” obtiveram em 22,6%, respectivamente; “entretenimento/diversão” e “importância histórica da instituição” também empataram 18,9% das respostas, respectivamente. Para 7,55% dos usuários a motivação foi a “importância do acervo artístico” do CCSF, enquanto outros motivos representaram 9,43% das respostas dos usuários/visitantes o CCSF.

**Gráfico 5 – O que motiva a visita ao CCSF.**



**Fonte:** Dados da Pesquisa/2007.

Os museus contemporâneos têm se preocupado com as questões relativas à comunicação e ao público. Observando que a comunicação, no contexto do museu se dá por meio da relação público/exposição, público/linguagens museológicas, mas também a interação entre público e profissional (o guia). Reconhecendo esse profissional não apenas na pessoa do curador da exposição ou do museu, ou o historiador ou o museólogo, mas, sobretudo, o profissional que faz o intermédio entre o visitante e as linguagens expositivas, o guia (ALMEIDA, 2005).

Nota-se a carência de profissionais capacitados para atuarem em museus, no Brasil. Poucos são os profissionais responsáveis por “estudo dos objetos a serem expostos, pela avaliação do público e pela análise de questões museográficas” (ALMEIDA, 2005). Profissionais que busquem uma atmosfera de diálogo com o público, promovendo, assim, a interação visitante com as práticas do museu, construindo através de narrativas a interação usuário/visitante e instituição. O guia do museu deve, assim, ser mediador entre o universo do museu e o “cidadão comum”.

Nessa perspectiva, perguntou-se aos usuários/visitantes do CCSF sobre o acompanhamento do guia na visita à instituição ao que 92,5% responderam que o acompanhamento do guia na visita é “indispensável”, e 7,5% responderam que a presença do guia durante a visita ao museu é “dispensável”, justificaram-se como se segue:

*a)Indispensável:*

*“A função do guia é iluminar o visitante, com relação à história do acervo, e sua importância. Porém, em museus de Arte moderna acho dispensável essa presença”.* (U/v32)

*“Possibilita melhores esclarecimentos e também se torna importante para a cidade, para a formação de jovens o que vai immortalizar o patrimônio e oferecer*

*emprego e renda”.* (Usuário/visitante 35)

*b)Dispensável:*

*“Pelo menos em uma primeira vez para dar a conhecer os ambientes. Mas gosto mesmo quando é tudo sinalizado, ler sobre o que estou vendo e olhar bem devagar, o que às vezes não dá pra fazer com um guia”.* (U/v 40)

*“Uma visita auto-informativa pode agradar aos visitantes que tem mais tempo disponível para a visita”.* (U/v 16)

“O uso da informação é construído, porque é o indivíduo que insufla significado e energia à informação fria” (CHOO, 2003, p. 111). Com isso, pode-se afirmar que a informação ganha vida a partir da codificação/significação que o usuário faz dela. O autor destaca ainda que “o uso da informação é situacional”, ou seja, a informação pode ou não ser utilizada pelo usuário dependendo de uma infinidade de fatores, tais como: profissional, meio social no qual o usuário está inserido, a forma como esse indivíduo assimila e constrói conhecimento, seus estados emocionais e comportamentais, etc.

Uma vez que os visitantes de museus não devem ser reduzidos a meras visitas, mas ser “encarados como utilizadores” (HÖGE, 2000, p.60), perguntou-se aos usuários/visitantes do CCSF sobre quais usos fazem das informações adquiridas com a visita à instituição, dando espaço para mais de uma resposta. A maior parte (32,6%) dos usuários/visitantes responderam que usam as informações adquiridas no CCSF na “vida social”; 17,4% dos usuários/visitantes responderam que usam as informações daquela unidade de informação em seus “estudos” e em “entretenimento”, respectivamente; 13% utilizam as informações do CCSF na “vida profissional”; 10,9% dos usuários/visitantes responderam que não utilizam as informações do CCSF; e 8,7% responderam outros, como por exemplo: “que ainda não teve oportunidade de

utilizar". Estes dados estão dispostos na Tabela 3:

**Tabela 3** - Como utiliza as informações adquiridas no museu.

	Número	%
Na vida social	15	32,6
Nos estudos	8	7,4
Como entretenimento	8	17,4
Na vida profissional	6	13,0
Não utiliza	5	10,9
outros	4	8,7
<b>Total</b>		<b>100</b>

**Fonte:** Dados da Pesquisa/2007.

Perguntados sobre sua satisfação ou não com as formas de comunicação no CCSF, entendendo-se formas de comunicação como os recursos utilizados para disseminar a informação no CCSF, indo desde a organização e ordenação das exposições, os cartazes e folder até interação guias do museu com o público. Obteve-se 55,0% de respostas consideram que as formas de comunicação como "Boa"; 30,0% são razoáveis; 7,5% são "regulares"; 5,0% consideram que as formas de comunicação no museu estão "excelentes" e 2,5% colocaram que as formas de comunicação no CCSF são "ruins", necessitando de melhoras.

Assim, na opinião dos usuários visitantes do CCSF a comunicação que circula na instituição se apresenta da seguinte forma:

a) Boa (55,0%)  
"Aguça a curiosidade". (U/v 38)

b) Razoável (30%)  
"O CCFS é um monumento arquitetônico de grande relevância para a história da nossa cidade e para os paraibanos por isso era necessário investir na conservação do acervo, na difusão do patrimônio junto à comunidade e no treinamento dos guias para um bom atendimento". (U/v 36)

c) Regular (7,5%)  
"Pela importância histórica e cultural do local, deveriam ter mais investimentos em divulgação". (U/v 32)

d) Excelente (5,0%)  
"Tudo está perfeito". (U/v 07)

e) Ruim (2,5%)  
"Deveria ter mais publicidades, informações sobre o Barroco através de "folder" e referências mais específicas, das obras, no acervo tais como: uma exposição de fotografias, telas e outros materiais, sala de vídeo, etc. Que fossem desenvolvidos projeto com oficinas por alguma fundação, incluindo também prêmios p/ descoberta de revelação de talentos. Que também tivesse transporte para esse roteiro p/ Secretaria de Turismo onde pudessem ser mais divulgado nas escolas e pelos visitantes". (U/v 35)

O público visitante de museus representa um tipo de usuário que pode ser enquadrado no que Sanz Casado (1994) definiu como "cidadão comum", uma vez que os visitantes de museus e/ou instituições museais são de uma heterogeneidade muito ampla, podendo ir desde estudiosos a pessoas que entram num museu por mera curiosidade, se encantam com a atmosfera museológica e

acabam tornando-se freqüentadores assíduos não só daquela instituição, mas também de outros museus.

Como destaca o autor estudar o usuário do tipo cidadão comum é uma atividade complexa uma vez que essa tipologia de usuário apresenta-se de forma muito heterogênea, o que torna difícil de definir suas necessidades informacionais.

O autor comenta que o tipo de informação que os usuários “cidadãos comuns” necessitam é bastante diversificado, sofrendo influências da atividade que o indivíduo esteja desenvolvendo ou até de seus interesses dentro de um grupo, suas relações como sujeito social.

Assim, o público que visita museus apresenta características diversas. No CCSF o usuário/visitante do museu está representado por indivíduos em sua maioria do sexo feminino que tem indivíduos entre 26 e 30 anos de idade; com nível superior de pós-graduação; ganhando entre 2 e 5 salários mínimos; solteiros; raramente freqüentam museus ou nunca visitaram nenhum outro museu; que passam entre duas ou três horas numa exposição museológica, e que tem a leitura como principal preferência de lazer, compreendendo estes os dados levantados com o Bloco A do questionário: Perfil do Usuário/visitantes do CCSF .

E conforme os dados coletados com o Bloco B: Uso da Informação no CCSF pode-se afirmar que a maioria dos usuários/visitantes (32, 6%) do CCSF utiliza as informações adquiridas com a visita ao museu na vida social, como uma forma de ampliar sua visão de mundo e de manter-se atualizado com a história e a cultura como um todo.

Com isso confirma-se a relevância de reconhecer que os visitantes de exposições precisam ser compreendidos a partir de suas necessidades e bagagem de vida. E as

instituições devem elaborar suas exposições em pró dos visitantes

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, os museus são compreendidos como “agentes” sociais, verdadeiros mecanismos de educação e democratização cultural, permeando a interação visitante e contexto ambiental, sócio-cultural. Para tanto, faz uso de recursos que possibilitam o diálogo público x linguagens expositivas. Os museus têm procurado desenvolver práticas que viabilizem denotar como o visitante responde aos estímulos que lhe são enviados pela instituição museal (ALMEIDA, 2005).

A pesquisa desenvolvida ressalta a relevância dos estudos de usuários num enfoque direcionado para o uso da informação, especificando usos da informação nos museus.

Constataram-se na época, 2007, obstáculos para que a informação flui-se no CCSF, alguns citados pelos usuários como a iluminação inadequada dos ambientes, o pouco treinamento ou capacitação dos guias, questões relativas à limpeza, conservação do acervo e do prédio e, principalmente, a pouca divulgação da instituição pelas mídias locais.

As instituições museais e os representantes públicos devem priorizar iniciativas que visem aumentar as demandas de visitantes de museus (ALMEIDA, 2005; SANTOS, 2004). Conscientes, contudo, que não basta encher os ambientes dos museus de frequentadores, mas criar mecanismos que viabilizem ao público visitante sua própria interpretação das linguagens do museu.

Ressalta-se agora elencar recomendações que busquem reduzir falhas nas práticas expositivas do Centro Cultural de São Francisco, melhorando o processo de comunicação da informação.

- a) Promover ações que possibilitem a construção da inter-relação usuário/visitante e museu;
- b) Capacitar e treinar os profissionais que atuam no CCSF apresentando mais qualidade no CCSF;
- c) Investir em equipamentos de segurança e iluminação para melhor servir ao usuário/visitantes;
- d) Planejar iniciativas para adequar o espaço expositivo as necessidades informacionais do usuário/visitante;
- e) Buscar parcerias com instituições públicas e privadas que viabilizem melhorias em seus serviços;
- f) Pesquisar, periodicamente, os índices de satisfação dos seus usuários/visitantes, procurando identificar falhas e apontar melhorias;
- g) Identificar seus usuários potenciais, e desenvolver ações práticas para atraí-los ao museu.

A construção de um campo museal precisa necessariamente ser pensada a partir de políticas culturais desenvolvidas em âmbito estatal, contudo, com apoio da iniciativa privada. Assim, como agente construtor de significações culturais e sociais do CCSF deve desenvolver ou elaborar iniciativas práticas que conquistem o usuário, buscando identificar suas necessidades informacionais e, sobretudo, procurar avaliar se seus serviços satisfazem as necessidades de informação de seus usuários.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, A. M. O contexto do visitante na experiência museal: semelhanças e diferenças entre museus de ciência e de arte. **História cienc. Saúde** – Mangunhos, Rio de Janeiro, v. 12, suppl. 0, 2005. Disponível em: <www.scielo.com.br>. Acesso em: 11 mai. 2007.

ANDRADE, M. M. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

CASTRO, A. L. S. Informação, Ética e Museu: uma aproximação conceitual. **DataGramZero** - Revista Biblionline, João Pessoa, v. 7, n. 1, p. 22-37, 2011.

de Ciência da Informação. São Paulo, v.6 n.2 abr. 2005. Disponível em: <www.dgz.or.br>. Acesso em: 20 jul. 2007.

CHOO, C. W. Como ficamos sabendo – um modelo de uso da informação. In: \_\_\_\_\_. **A Organização do Conhecimento**: como as organizações usam informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Editora Senac, 2003. cap. 2. p. 63 -120.

CUNHA, M. B. Metodologias para Estudos dos Usuários de Informação Científica e Tecnológica. **Revista de Biblioteconomia**, Brasília, v. 10, n.2, p. 5-19, jul./dez. 1982.

FIGUEIREDO, N. M. Usuário: paradigma moderno. In: \_\_\_\_\_. **Paradigmas modernos da Ciência da informação**. São Paulo: Polis/APB, 1999, p.11-54.

\_\_\_\_\_. **Estudos de Usos e Usuários da informação**. Brasília: IBICT, 1994.

GUINCHAT, C.; MENU, M. Os Usuários. In: \_\_\_\_\_. **Introdução geral às ciências e técnicas da informação e documentação**. 2. ed. Brasília: IBICT, 1992, p. 481-492.

HÖGE, H. Estética Experimental: Origens, Experiências e Aplicações. In: FRÓIS, J. P. (Coord.) **Educação Estética e Artística**: Abordagens Transdisciplinares. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2000. p. 29 -66.

MARCHI, A. C. B.; COSTA, A. C. R. Uma proposta de padrão de metadados para objetos de aprendizagem de museus de ciências e tecnologia. **Novas tecnologias na educação/cinted-ufrgs**, Rio Grande do Sul, v. 2, n 1, mar. 2004. Disponível em: <www.cinted-ufrgs.com.br> . Acesso em: 14 jun 2007.

RICHARDSON, R. J. et. Al. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SANZ CASADO, E. Estudos de usuários: conceitos básicos. In: \_\_\_\_\_. **Manual de estudos de usuários**. Madrid: Fundacion Sánchez Ruipérez, 1994. p. 19-31.

SANTOS, Fausto Henrique dos. Metodologia Aplicada em Museus. São Paulo: Mackenzie, 2000.

SANTOS, Myrian Sepúlveda dos. Museus brasileiros e política cultural. Revista Brasileira de ciências sociais. São Paulo, v. 19, n.55, jun. 2004. Disponível em: <[www.scielo.com.br](http://www.scielo.com.br)> Acesso em: 25 fev. 2007.

---

#### **Dados sobre Autoria**

\*Mestranda em Ciência da Informação - PPGCI/UFPB. Bibliotecária da Biblioteca Setorial do Centro de Ciências da Saúde - Universidade Federal da Paraíba (CCS/UFPB). Bacharel em Biblioteconomia/UFPB e graduada em Educação Artística (Artes Plásticas)/UFPB. E-mail: [tahis@ccs.ufpb.br](mailto:tahis@ccs.ufpb.br)

\*\*Doutora em Ciência da Informação e Professora Adjunto do Departamento em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba. E-mail: [arfrancisca@hotmail.com](mailto:arfrancisca@hotmail.com)

Artigo enviado em outubro de 2010 e aceito em junho de 2011.