

## USUÁRIOS DA INFORMAÇÃO DO MUSEU DE ARTE DE GOIÂNIA - GO

Caio Henrique de Paula Santos<sup>1</sup>  
Carlos Henrique Barbosa Silva<sup>2</sup>  
Tulio Silverio Trezzi de Souza<sup>3</sup>  
Erinaldo Dias Valério<sup>4</sup>

**RESUMO:** Apresenta um estudo sobre os usuários da informação no Museu de Arte de Goiânia – GO. Afirma que a Ciência da Informação é uma área que vem desenvolvendo estudos que procuram analisar o comportamento dos usuários no que se refere ao acesso e uso da informação na sociedade. Objetiva identificar o perfil dos usuários da informação do Museu de Arte de Goiânia. Estabelece como metodologia, uma pesquisa exploratória, de cunho bibliográfico, com abordagem qualitativa e pesquisa de campo. Conclui que o museu precisa de ações mais efetivas de divulgação e disseminação de informação sobre seus serviços, afirma que o perfil dos usuários é um público heterogêneo, com características e interesses diferenciados.

**Palavras-chave:** Usuários da informação. Ciência da Informação. Museu de Arte de Goiânia.

### 1 INTRODUÇÃO

Os museus adquirem e preservam a cultura de um povo, transmitindo informação para as gerações atuais e futuras. Portanto, sua preservação é de interesse social e educativo, sendo a administração pública a maior responsável e interessada, pela manutenção e funcionamento dessas instituições. Segundo o Instituto Brasileiro de Museus (2011, p. 63) “[...] (67,2%) das instituições museais cadastradas pelo Registro Nacional de Museus são geridos pela esfera pública”. Porém, algumas dessas instituições ficam à margem da administração pública, recebendo poucos fundos e investimentos. Além disso, muitas vezes recebem funcionários sem formação na área, o que acarreta problemas gerenciais e desvios de foco.

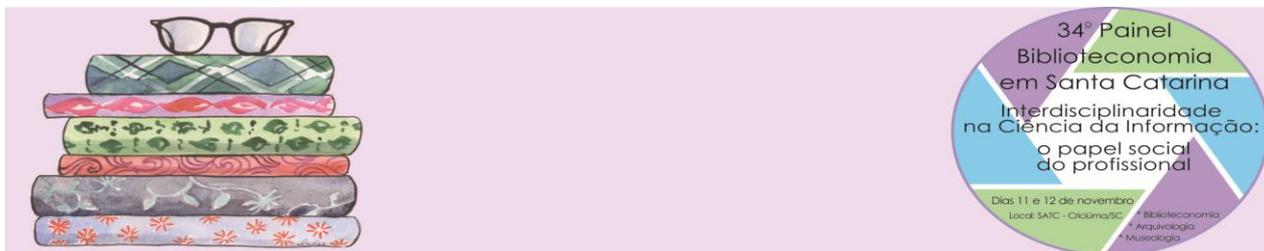
---

<sup>1</sup> Graduando do Curso de Gestão da Informação pela Universidade Federal de Goiás (UFG). E-mail: [caiohpsantos@gmail.com](mailto:caiohpsantos@gmail.com)

<sup>2</sup> Graduando do Curso de Gestão da Informação pela Universidade Federal de Goiás (UFG). E-mail: [carlos.nitidum@gmail.com](mailto:carlos.nitidum@gmail.com)

<sup>3</sup> Graduando do Curso de Gestão da Informação pela Universidade Federal de Goiás (UFG). E-mail: [tuliosilverioo@gmail.com](mailto:tuliosilverioo@gmail.com)

<sup>4</sup> Professor do curso de Biblioteconomia da Faculdade de Informação e Comunicação - FIC, da Universidade Federal de Goiás - UFG. Doutorando em Ciência da Informação, pela Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ/IBICT. Mestre em Ciência da Informação, pelo Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco PPGCI/UFPE. Graduação em Biblioteconomia pela Universidade Federal do Ceará /UFC - Campus Cariri. E-mail: [erinaldodiasufc@yahoo.com.br](mailto:erinaldodiasufc@yahoo.com.br)



Visando essa realidade, o objetivo deste artigo é identificar o perfil dos usuários da informação do Museu de Arte de Goiânia, em Goiás (GO). Pretende-se, a partir do estudo e análise das informações adquiridas, traçar um perfil sociocultural dos usuários dessa instituição e propor ações a fim de transformar usuários potenciais em reais. Neste artigo, usuários potenciais são aqueles que podem usar os serviços e produtos disponíveis de uma unidade de informação, mesmo que não utilizem de forma efetiva. E os usuários reais, são os que usam os serviços efetivamente (CUNHA; AMARAL; DANTAS, 2015).

Dessa forma, o estudo de usuários fornece as ferramentas adequadas para a construção de todo o processo de identificação de usuários, suas necessidades informacionais e expectativas quanto ao museu e ao que ele representa. Os métodos fornecidos pelos estudos de usuários visam aplicar técnicas científicas para analisar qualitativa e quantitativamente as informações fornecidas pelos usuários, a fim de delimitar que tipo de informação é procurada e o quanto ela pode ser incrementada, de forma que o usuário tenha suas necessidades informacionais satisfeitas e se transforme em um utilizador assíduo daquela fonte de informação.

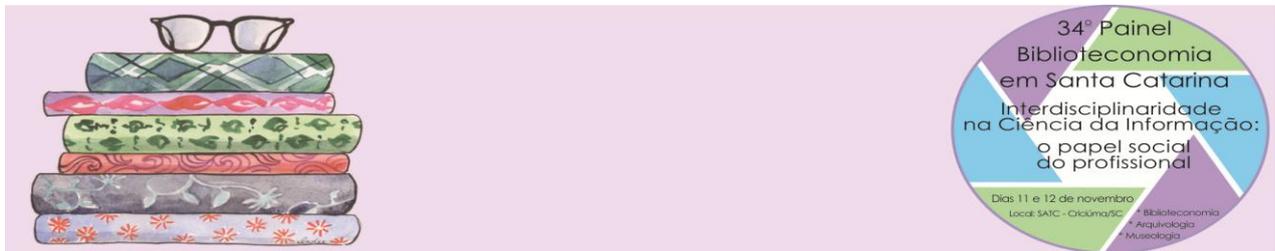
Tal estudo se faz necessário para entender o que leva os usuários a buscar informações em museus e para entender quais são os tipos de informações que eles buscam nessas instituições. Pois, acredita-se que esses locais são essenciais para a preservação e manutenção da cultura e história locais, além de uma fonte de obtenção de conhecimento interdisciplinar e contextualizado acerca da cultura local e/ou estrangeira (ALMEIDA, 2010).

O artigo se apresenta, a partir da seguinte estrutura: na primeira parte, a introdução procura contextualizar o tema trabalhado, justificando a escolha e elencando o objetivo do artigo como ponto chave para o desenvolvimento do estudo. Na segunda parte, expõe os procedimentos metodológicos, apresentando as técnicas e o ambiente em que foi realizada a pesquisa. A terceira parte compreende o referencial teórico, propõe os aspectos conceituais dos estudos de usuários da informação e a compreensão da temática sobre museus, evidenciando a transição de foco em que os museus passaram ao longo do século XX. Em seguida, são apresentadas as coletas, análise e interpretações dos dados coletados. Na quinta parte, são as considerações finais desse estudo, propondo continuidade de estudos.

## 2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A importância da pesquisa científica é gerar novos conhecimentos, na intenção de refletir e propiciar respostas para diferentes questionamentos. No processo de pesquisa, exige-se do pesquisador a apresentação das técnicas e procedimentos utilizados para descrever, analisar, interpretar e refletir sobre o objeto estudado.

Gil (2006) afirma que as pesquisas recebem diferentes classificações. O argumento de Vergara (2014) é que as pesquisas podem ser classificadas de duas formas, quanto aos meios e quanto aos fins. Diante disso, no que se refere aos fins e com base no objetivo desse trabalho, a pesquisa é exploratória, conforme Rodrigues (2006, p. 90), “pode-se dizer que é uma pesquisa inicial, preliminar, cujo principal objetivo é aprimorar ideias, buscar informações sobre um determinado assunto ou descobrir um problema para estudo [...]”. Nesse caso, apresentando uma sistematização de conteúdos para tornar o problema mais explícito, a partir da temática de uso e usuários da informação, informação museológica, dentro do escopo da Ciência da Informação (CI).



Quanto aos meios a pesquisa é de cunho bibliográfico e de campo. Bibliográfico por se constituir em um levantamento de produções científicas em livros, artigos, tese e redes digitais. Essa etapa permitiu, uma aproximação sobre um material já produzido sobre o tema, evidenciando possíveis lacunas na literatura. De campo, por ter sido realizada no local onde o fenômeno ocorreu, onde o pesquisador foi ao espaço e recolheu informações para tornar sua pesquisa mais confiável (VERGARA, 2014).

Quanto à abordagem, que se refere à natureza e análise dos dados, a pesquisa foi predominantemente qualitativa. Visou, portanto, a aferição dos dados, a partir do entendimento dos fenômenos. Levando em consideração o comportamento dos sujeitos envolvidos e o contexto informacional que estavam inseridos.

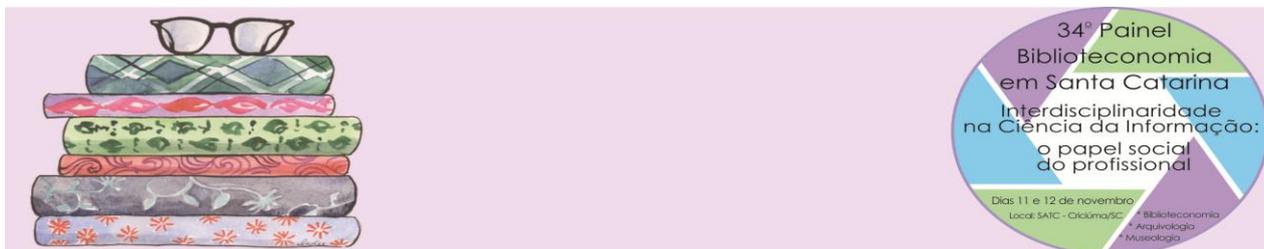
Como instrumentos para coleta de dados, foram aplicados questionários para obter informações e atender ao objetivo da pesquisa. Os questionários possuíam 13 (treze) questões, entre abertas e fechadas, e foram aplicados presencialmente. A aplicação dos questionários, ocorreu nos 15 (quinze) primeiros dias do mês de Julho de 2016. O universo da pesquisa/público alvo foi os usuários do Museu de Arte de Goiânia. Esses usuários foram entendidos, como usuários espontâneos, por visitarem o museu sem agendamento prévio. O objetivo foi levantar informações socioculturais desses usuários, como também, identificar suas necessidades informacionais e expectativas em suas visitas. Foi possível aplicar 35 (trinta e cinco) questionários, os quais foram coletados e analisados para as conclusões deste estudo.

## 2.1 AMBIENTE DA PESQUISA

A instituição em que foi realizada a pesquisa foi o Museu de Arte de Goiânia (MAG), que surgiu em 1969, como o primeiro museu público do município de Goiânia – GO. Com o intuito de conservação e mostras voltadas a Artes plásticas em toda região Centro-Oeste (PREFEITURA DE GOIÂNIA, (2016). Em Goiás, existem 61 museus registrados, sendo 17 situados na capital Goiânia o que equivale a 27,9% do total. Em relação ao total de museus pela população, o estado possui uma relação de 1 museu para cada cerca de 92 mil habitantes, abaixo da média do Centro-Oeste e do Brasil que possuem 1 museu para cerca de 60 mil habitantes (INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS, 2011).

O MAG é um museu caracterizado por artes visuais, que segundo o Instituto Brasileiro de Museus (2011), “[...] são museus que tem com objeto expositivo, pintura, escultura, gravuras e desenhos”. Ele possui três salas de exposição, sendo duas na sede do museu, dentro do Bosque dos Buritis, nomeadas de “Sala Amaury Menezes” reservada para as exposições do acervo e a “Sala Reinaldo Barbalho” para eventos e exposições. Além da sala de exposição Palácios das Artes, situada na Praça Universitária. E mantém, além dessas salas, exposições de esculturas a céu aberto na Praça Universitária, em Goiânia (MUSEU DE ARTE DE GOIÂNIA, 2016).

O museu, por situar-se dentro de um parque de grande circulação de pessoas, mantém um fluxo contínuo de visitantes espontâneos além de ter visitas agendadas com escolas e grupos turísticos. Tendo horário de funcionamento de terça-feira a domingo, das 08h00min às 12h00min e 14h00min às 16h00min, as segundas-feiras é dedicada à manutenção do acervo e equipamento expostos. Para melhor compreender o tema aqui abordado, o próximo tópico apresenta as concepções do que vem a ser os estudos de usuários da informação.



### 3 USUÁRIOS DA INFORMAÇÃO

A Ciência da Informação (CI) tem estudado o comportamento da informação e seus aspectos, a partir de métodos e abordagens teóricas bem delimitadas, possibilitando refletir sobre os processos de geração, recuperação e disseminação da informação na sociedade. Isso implica permitir o estudo de indivíduos que usam a informação.

Para Marteleto e Ribeiro (2001, p. 1), “a questão do conhecimento e do acesso à informação tomam uma nova e expressiva relevância no processo de desenvolvimento econômico, no exercício da cidadania, na educação e no trabalho”. Nesta perspectiva, a discussão e análise sobre os usuários que usam a informação são pertinentes, por facilitar o desenvolvimento de serviços de informação que possam atender as suas necessidades informacionais, pois a informação e o conhecimento modificam o comportamento deles, para tomada de decisão individual ou em grupo.

O estudo desses usuários compreende analisar quais são os hábitos, as necessidades e suas expectativas na busca de informação Cunha; Amaral; Dantas (2015), a fim de potencializar as políticas para criação, desenvolvimento e manutenção contínua de sistemas mediante a utilização de métodos de pesquisa e estudos dirigidos.

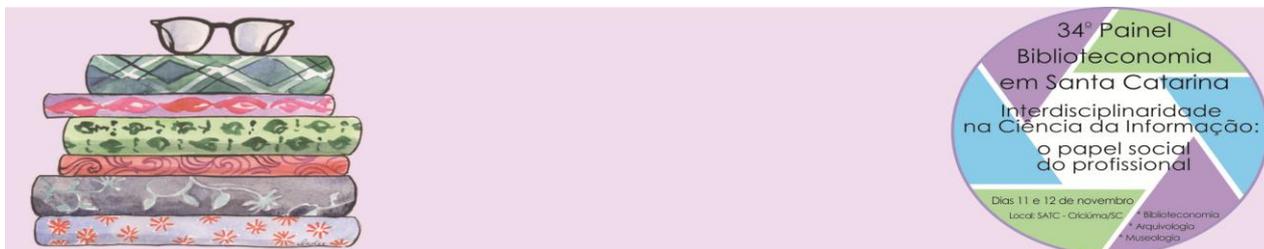
Assim, os primeiros estudos metodológicos sobre os usuários começaram na década de 1940. Quando os primeiros estudos foram apresentados na Conferência de Informação Científica da Sociedade Real, em 1948, no Reino Unido, e a Conferência Internacional de Informação Científica, em Washington, Estados Unidos, em 1958 Figueiredo, (1994); Gasque, (2008); demonstrando a importância crescente que os usuários foram adquirindo.

Segundo Figueiredo (1994) os estudos dos usuários tiveram uma mudança de foco, de passivo onde se aguardava o usuário buscar a informação para ativo, em que o usuário recebe novos serviços adicionais que tornava a relação com o sistema de informação mais dinâmica. Os estudos de usuários tiveram três fases sendo a primeira de 1948 a 1965 com ênfase no uso de informações por cientistas e engenheiros, por serem áreas que, segundo Figueiredo (1994), os problemas eram mais sentidos.

No segundo período, que começa a partir de 1965, houve uma melhora nas técnicas utilizadas para análise dos usuários, "como a análise de citações, verificações de compilações estatísticas, de uso de coleções e etc." (FIGUEIREDO, 1994, p. 9). E por fim o terceiro período ocorreu na década de 70, onde percebeu-se a necessidade de estudo de usuários de outras áreas, além da necessidade latente de ajuste no sistema de estudo dos usuários, alavancados pelo trabalho de Lipetz, produzido justamente em 1970 (GASQUE; COSTA, 2010).

Para Gasque e Costa (2010), o estudo ainda expande a análise dos estudos de usuários para década de 2000 em diante, que seria o período, denominado de “estudos contemporâneos”, onde os estudos passaram a abranger muito mais profundamente a questão do comportamento informacional.

Os estudos contemporâneos dos usuários levam em questão avaliação contínua do desempenho dos sistemas e da satisfação dos usuários perante esses sistemas, visto que com o aumento da tecnologia, surgiram vários meios de disseminar a informação, tornando-se necessário entender o contexto em que essas tecnologias podem impactar socialmente esses usuários e como será a interação entre os usuários e esses sistemas de informação (GASQUE;



COSTA, 2010). Ou seja, a velocidade das novas tecnologias exige mais dinamicidade no processo de análise dos usuários e necessidade contínua de aperfeiçoamento dos sistemas.

Assim, percebe-se que os estudos contemporâneos de usuários têm crescido e contemplado, diferentes unidades de informação, nesse sentido, o foco desse artigo é estudar os usuários da informação inseridos em museu, como pode ser visto no próximo tópico.

### 3.1 USUÁRIOS DA INFORMAÇÃO NO MUSEU

Os estudos de literatura sobre análise do público dos museus de arte mostra um grande hiato, informando que os museus brasileiros ainda trabalham de maneira informal quando se trata do mapeamento das necessidades informacionais dos visitantes, Lopes (2002, p. 9) discorre que:

[...] a maioria das instituições pela responsável pela guarda e difusão da informação registrada arquivística, biblioteconômica e museológica trabalha sem o concurso de uma epistemologia científica de suas atividades.

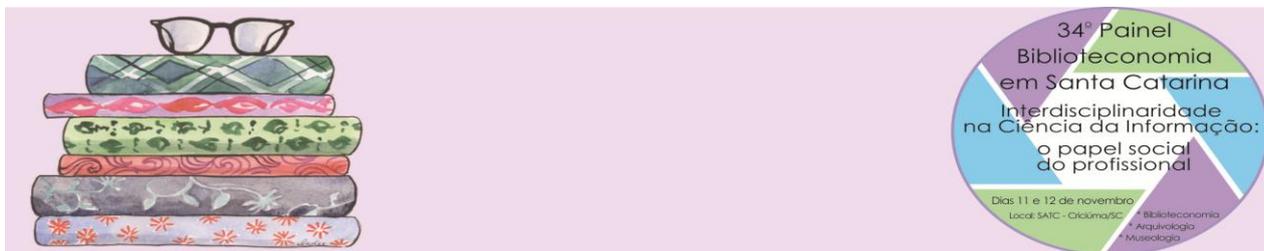
Tais estudos poderiam auxiliar na maior reprodução de sucessos obtidos por alguns museus e centros culturais, em atrair grandes quantidades de visitantes e turistas. Como por exemplo, o Inhotim, que fica a 60 quilômetros de Belo Horizonte (MG) e atualmente é uma referência para cultura brasileira. E a Bienal de São Paulo que consegue atrair milhares de visitantes e turistas em todas suas edições.

Historicamente o termo museu é de origem latina, derivado da palavra grega mouseion, tendo sentido original de “casas das musas”. As primeiras evidências históricas sobre o uso do termo museu advêm da Grécia, com relatos do museu de Alexandria funcionando no século III a.C, na cidade grega de Atenas (MARTINS et al., 2013; JULIÃO, 2006). Porém esses museus na antiguidade não guardam muita relação com os museus modernos sendo mais um local de estudos científicos, literário e artístico. (JULIÃO, 2006).

Os museus da antiguidade surgiram por uma necessidade humana em categorizar e armazenar objetos, que consideravam peculiares. O que dá o tom do que ocorreu com os museus na idade média, período em que o termo conforme Julião (2006) foi deixado de lado e onde igrejas, catedrais mosteiros e os senhores feudais europeus começam a acumular joias, esculturas, manuscritos e relíquias sagradas. E artigos trazidos de expedições militares e religiosas. O acúmulo desses objetos era símbolo de poder e conhecimento e ficou assim por vários séculos (MARTINS et al., 2013)

As mudanças no conceito do museu como um depósito de objetos antigos e de cunho artístico e espólios de guerra começou no século XVI quando se popularizou a exposição de “esculturas e pinturas em grandes salas de palácios e casas de pessoas ricas” (MARTINS et al., 2013, p. 13). Essas exposições eram realizadas em gabinetes que continham objetos exóticos e curiosidades do novo mundo, foram coleções como essa “[...] que deram origem, mais tarde, aos museus de história natural, antropologia, tecnologia, entre outros” (MARTINS et al., 2013, p. 13).

Porém, foi no século XVII que as mudanças principais ocorreram, e o que dá a tônica dos museus contemporâneos até hoje, e que fundamenta o estudo dos usuários dos museus atualmente, pois foi nesse período que finalmente o conceito do museu como local de acúmulo de objetos artísticos, científicos e antropológicos mudou. Esse conceito foi aos



poucos abandonado e dando lugar a uma nova abordagem que começava a utilizar o rigor científico e técnico para organização das coleções e também o período em que o foco dos museus muda para o “público C” (MARTINS et al., 2013). E são criados,

o museu do Louvre, na França; o museu Britânico, na Inglaterra; o Museu Nacional de Nápoles, na Itália; o museu Nacional de Ciências de Madrid, na Espanha; o Museu de Charleston, nos Estados Unidos da América, entre outros. Além de exibir coleções antes ‘privadas’, esses museus passaram a admitir acesso do público (MARTINS et al., 2013, p. 14).

Nesse período também começa a ocorrer os primeiros estudos sobre o público nos museus que ocorre segundo Köptcke; Pereira (2010) com a abertura dos grandes acervos particulares de reis e nobres para o público em geral que deu início a noção de museus que se tem atualmente e possibilitou o surgimento dos grandes museus nacionais nos Estados Unidos da América e Europa. Referente aos estudos de visitantes de museu.

O enfoque para o público foi desenvolvendo-se cada vez mais no século XIX, quando apareceram as primeiras exposições universais, que tinham como foco o desenvolvimento industrial e agrícola de cada país (MARTINS et al., 2013) e onde começam a surgir objetos expostos que permitiam a interação do público, e a população é incentivada a contribuir também com essa interação permitindo vislumbrar como as máquinas funcionavam.

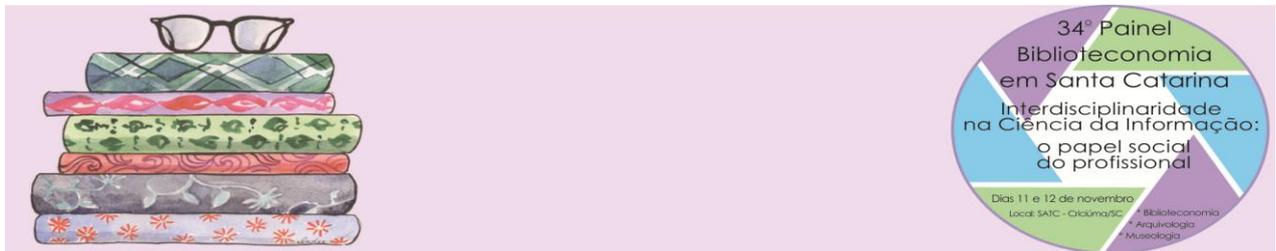
É também nesse período que surgem os primeiros museus no Brasil, fruto das iniciativas de fomento da arte criadas por D. João VI, que culminou na criação dos museus,

[...] em 1818, do Museu Real, atual Museu Nacional, na segunda metade dos oitocentos, foram criados os museus do Exército (1864), da Marinha (1868), o Paranaense (1876), do Instituto Histórico e Geográfico da Bahia (1894). O Paranaense Emilio Goeldi, construído em 1871 e reinaugurado em 1891, e o Paulista, conhecido como Museu do Ipiranga, surgido em 1894 (JULIÃO, 2006, p. 8).

Todavia, as principais pesquisas sobre usuários no museu são encontradas em língua estrangeiras com estudos realizados principalmente nos Estados Unidos e Europa, no Brasil começaram com uma série de pesquisas quantitativas realizadas pela fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) entre os anos de 1908 a 1912 e publicado no Anuário estatístico do Brasil. Tratava da quantidade de museus em oferta no Brasil no período e quantidade de visitantes por ano (KÖPTCKE; PEREIRA, 2002). Com dados fornecidos pelas instituições, como prestação de contas das atividades realizadas.

Entre os trabalhos que estudam os usuários dos museus com intuito de traçar perfis para auxiliar nas políticas de gestão, é oportuno citar o trabalho realizado por Almeida (2003) que traçou a relação entre o museu paulista, museu de zoologia e pinacoteca, com intuito de levantar pontos de consonância e dissonância entre os usuários dessas instituições.

Outro exemplo brasileiro de pesquisas voltadas para público foi o projeto realizado no Museu da Vida da Fundação Oswaldo Cruz “COM VIDA – Conhecimento do Museu da Vida”. Criado em maio de 1999, o museu desde sua fundação pesquisa o seu desempenho junto ao público visitante. Mantendo avaliação dos visitantes ao longo do ano através de recursos de bilheteria fictícia e registro de grupos agendados, possibilitando assim acompanhar com dados quantitativos quais meses e dia da semana tem mais público e como eventos especiais interferem no fluxo de visitantes. Apoiado com dados qualitativos o projeto



de monitoramento do público conseguiu traçar aspectos importantes das características socioculturais, como o grau de escolaridade do público que visita o museu MV – Studart. O tópico que segue, consiste na análise dos dados coletados, analisando como os usuários estudados usam a informação, procurando atender ao objetivo do artigo.

#### 4 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Os dados coletados foram divididos em 2 (dois) blocos de perguntas. É importante ressaltar que o total de usuários que responderam ao questionário, foram 35 (trinta e cinco). No primeiro bloco, foram feitas 4 (quatro) perguntas fechadas referentes às características sociais dos usuários, com o intuito de identificar o perfil econômico, faixa etária e renda salarial. Nesse bloco, foram realizadas perguntas sobre sexo, faixa etária, renda familiar e escolaridade.

O segundo bloco foi constituído com 9 (nove) perguntas, sendo 8 (oito) fechadas e 1 (uma) aberta, relacionadas ao museu e hábitos de consumo cultural e sobre o tipo de informação que esses usuários costumam buscar em ambiente museológico. Essas foram elaboradas na tentativa de inferir se eles utilizam os museus como fonte de informação, ou se buscam o museu apenas para lazer, além de traçar quem são os usuários reais e potenciais da instituição.

##### 4.1 BLOCO A

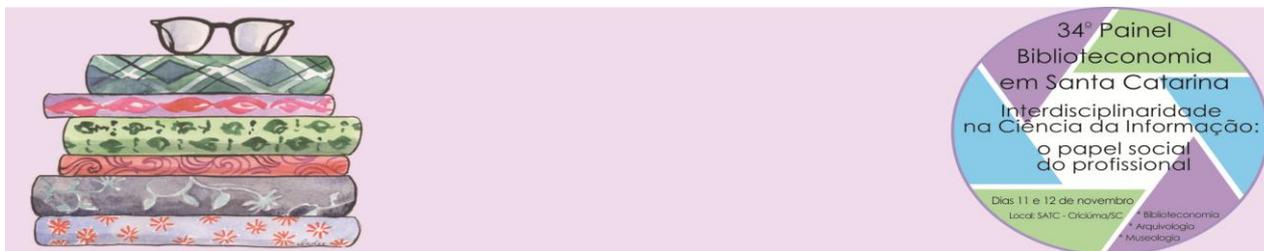
A primeira pergunta do questionário buscou identificar qual o sexo dos visitantes do MAG. O resultado obtido ficou bastante equilibrado com um empate técnico. Obteve-se 18 (dezoito) marcações do sexo masculino e 17 (dezessete) do sexo feminino, mostrando-se não conclusiva para definição se há um equilíbrio para o tipo de público ou a predominância de sexo entre os visitantes do MAG.

A idade do público analisado apresenta grande variação tendo pesquisado em praticamente todas as faixas etárias propostas, com predominância da faixa entre 18 a 25 anos, correspondendo 34,3% seguido pela faixa de 51 a 65 anos, correspondeu a 20% dos respondentes.

As faixas de 26 a 30, de 31 a 40 e de 41 a 50 obtiveram 14,3% dos pesquisados cada, e apenas 1 (um) usuário, possuía mais de 65 anos e nenhum dos que responderam possuía menos de 18 anos. Ressalta-se que o fato de não haver usuários menores de 18 (dezoito) anos respondendo, deve-se ao fato de que todos os usuários menores de idade que visitaram o museu no período em que foi realizada a pesquisa, estavam acompanhados do pai ou responsável, ficando apenas esses, de maior idade, ao encargo de preencher o questionário.

Quanto ao grau de escolaridade do público do MAG, há uma predominância esmagadora dos que possuem graduação ou pós-graduação. São, ao todo, 14 (quatorze) com graduação completa, 2 (dois) incompleta (que abandonaram ou trancaram o curso) e 5 (cinco) em andamento, equivalendo a um total de 22 (vinte e dois) dos 35 (trinta e cinco) usuários, os que tem algum tipo de pós-graduação foram 9 (nove), sendo 7 (sete) completos e 2 (dois) em andamento.

O que sugere que um dos fatores que aproximam os usuários do MAG é o tempo de formação acadêmica que esses possuem. Confirmando o que Almeida (2010, p. 155) firma que “o grau de escolaridade é um índice que pode denotar a inclusão ou exclusão de públicos



visitantes de museus”. Até aqui, é válido afirmar, que o perfil dos usuários analisados nesse estudo, se engrada na categoria de estudantes ou pesquisadores, que vão à instituição em busca de informação, que possa acrescentar o seu capital cultural.

Quanto à renda familiar, houve maior quantidade de usuários entre a faixa de renda de R\$ 1.500,00 a R\$ 3.000,00, com 12 (doze) respostas no total (34,3%). Vindo logo após a faixa de renda de R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00 com 9 (nove) respostas (28,6%). 8 (oito) dos deles declararam ter renda acima de R\$ 5.000,00 (22,9%) e 5 (cinco) declararam renda abaixo de R\$ 1.500,00 (14,3%).

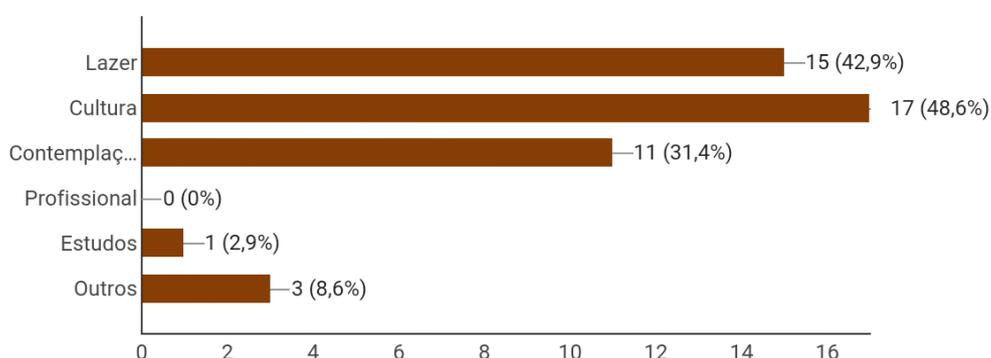
Relacionando os dados de tempo de estudo com renda familiar, é possível notar que os usuários que declararam ter escolaridade acima da média completo (27 no total), levando em consideração os que estão com a graduação em andamento ou incompleto, 16 (dezesseis) declararam ter renda acima de R\$ 3.000,00 e desses, 7 (sete) declararam ganhar acima de R\$ 5.000,00. O que junto com a formação escolar, permite traçar um perfil dos usuários do museu.

Pelos dados encontrados, afirma-se que o perfil dos usuários do MAG, são jovens entre 18 a 25 anos, correspondendo a 34,3% dos entrevistados. Com curso superior completo ou em andamento, e com renda familiar entre R\$1.500,00 a R\$3.000,00.

## 4.2 BLOCO B

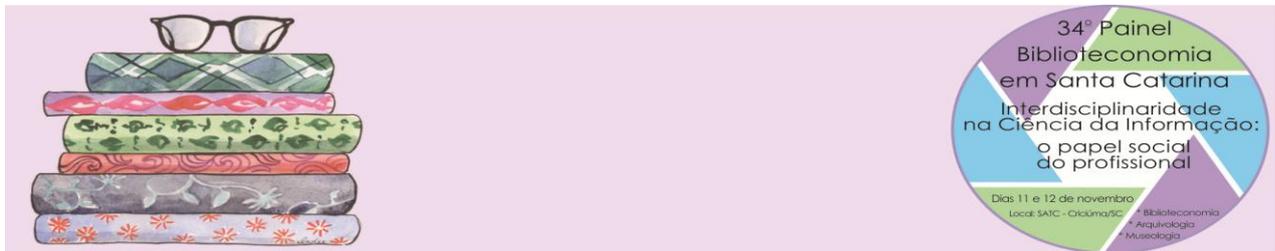
As perguntas do Bloco B já foram pensadas para traçar o perfil de uso do museu para busca de informações pelos usuários. A primeira questão elaborada foi a respeito do objetivo da visita ao MAG, o item permitia a escolha de mais de um motivo, como pode ser visto no Gráfico 1. O que obteve maior quantidade de marcações por parte dos usuários foi item “Cultura” com 17 (dezessete) respostas. O que reflete o aspecto do senso comum que o museu é uma instituição que tem um viés cultural.

**Gráfico 1** - Fatores que levaram os usuários a visitar o MAG



**Fonte:** os autores

A segunda pergunta do Bloco B era sobre os hábitos de visita a Museus, com resposta fechada com opção de escolha entre sim e não, a pergunta possuía o intuito de verificar se os usuários questionados possuíam o hábito de buscar informações oriundas de museus, ou seja, delimitar se os usuários eram frequentadores assíduos do espaço, usuários reais de museus, ou se estava ali esporadicamente e não tem esse hábito, usuário potencial.



Dentre as respostas obtidas, ocorreu um empate técnico com pouco mais de 50% das respostas. Estas atestam que os usuários questionados possuem um hábito de frequentar museus, mesmo que não com uma frequência regular. Denotando que dentre os pesquisados há usuários reais.

Dentre os usuários que possuíam o hábito de visita a Museus e Centros Culturais, foi questionado com qual frequência esses costumavam visitar esse tipo de instituição. Obteve-se 25 (vinte e cinco) respostas, sendo que a grande maioria, com mais de 70% das respostas, foi: “Raramente”, demonstrando que não há periodicidade nas visitas, podendo ter um período longo ou curto entre uma visita ou outra, dependendo diretamente do interesse despertado pela mostra exibida, ou por fatores extrínsecos e intrínsecos dos indivíduos.

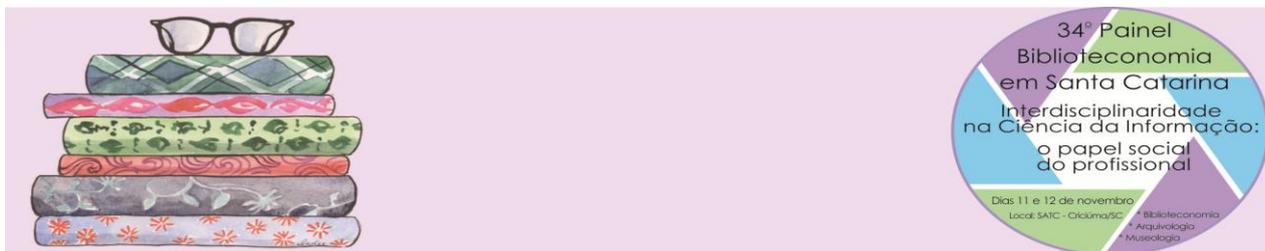
A terceira pergunta do bloco B foi aberta, para que os usuários pudessem responder de acordo com as suas necessidades informacionais que buscavam encontrar no MAG. A maioria das respostas obtidas acabaram fugindo da proposta, o que demonstrou uma falta de conhecimento sobre as informações visuais que podem ser captadas em uma visita ao museu. Para delimitar essa gama de possibilidades de informações e para agrupar as repostas em conjuntos com ideias familiares, utilizou-se os descritores propostos por (ALMEIDA, 2010). Estes foram formulados pela autora para delimitar resultados genéricos de aprendizagem, assim, a autora dividiu em 5 (cinco): “Conhecimento e compreensão; Habilidades; Atitudes e valores; Criatividade, inspiração e ‘divertimento’ e atividade, comportamento atual e futuro” (ALMEIDA, 2010, p. 156).

Para essa questão obtive-se 29 (vinte e nove) respostas, utilizando esse método proposto por Almeida (2010), dividindo as respostas entre as categorias, identificou-se que 12 (doze) das perguntas se enquadram no primeiro grupo de “Conhecimento e compreensão”, que denota que esses usuários buscam conhecimento sobre algo quando visitam a exposição.

As respostas, todavia, acabaram ficando generalizadas, tendo pouca relevância para determinar qual tipo de conhecimento os usuários tentavam encontrar. Dentre as repostas que delimitam o que se pretende encontrar em nível de conhecimentos, teve-se “Conhecimento sobre a exposição”, “Conhecimento na Área Ambiental”, “Contemplação da Arte, conhecimento de outras formas de cultura” (USUÁRIO 1).

Outro grupo que abrange algumas respostas obtidas foi o de “Atitudes e valores”, com respostas que se enquadram como “Gosto de trazer minha filha para conhecer mais sobre arte e aprender a admirá-la”, “Descobrir algo mais sobre os artistas” (USUÁRIO 2). Criatividade, inspiração e “divertimento” enquadraram as seguintes respostas: “Diversos, gosta de contemplar a Arte, lazer, mais do que um espaço de contemplação o museu deveria oferecer a oportunidade de interagir com a exposição, contemplação da arte, conhecimento de outras formas de cultura” (USUÁRIO 3).

Outro fator que ocorreu nessas perguntas abertas foi que os grupos de “Habilidades” e “Atividade, comportamento atual e futuro” não foram atendidas pelas repostas obtidas, e algumas das perguntas ficaram transitando entre os grupos atendidos, além de uma falta de definição dos objetivos buscados no museu, ficando mais com respostas genéricas, o que pode demonstrar que há um conhecimento coletivo da importância do museu, mais não tem uma relação direta com o museu e busca de informação pelos usuários analisados. De forma mais didática, essa análise pode ser vista na Figura 1.



**Tabela 1** - Informações que os usuários do MAG buscam em Museus

Conhecimento	Vim por curiosidade, mas esperava ver uma exposição do acervo do museu (permanente)
Gosto de trazer minha filha para conhecer mais sobre arte e aprender a admirá-la	Estava passando pelo parque
Diversos, gosta de contemplar a arte	Informações diversas que possam servir como referenciais a novos projetos de estudos acadêmicos. A real origem da cultura goiana para compreender melhor esta cidade.
Descobrir algo mais sobre os artistas	Lazer, Mais do que um espaço de contemplação o museu deveria oferecer a oportunidade de interagir com a exposição
Manter viva a cultura popular de cada localidade	Dados culturais
Saber sobre a cultura do lugar	Arte
Informações gerais, história, plantas, espécie de animais	

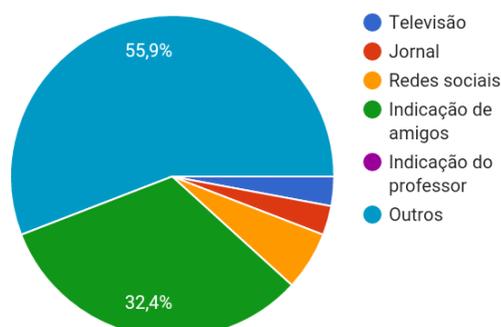
**Fonte:** os autores

O nono questionamento formulado foi como os usuários tomaram conhecimento da exposição, e saber se a divulgação oficial do MAG está surtindo o efeito desejado.

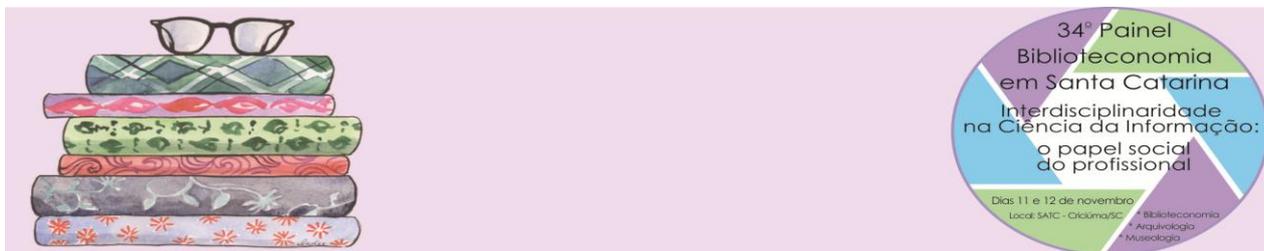
No questionário foi respondido pela maior parte dos usuários, a opção “outros” (passeio pelo parque), isso indica que, a maior parte do público pesquisado visita o museu pela facilidade de acesso, e por já estarem no parque onde o museu localiza-se, não tendo também objetos visuais que facilitem a visualização do museu nem da exposição que está em cartaz, o que em observação crítica gera um pouco de insatisfação e falha na comunicação.

Outro dado importante nesse quesito é o grande número de respostas que informam que a visita se deve a indicação de amigos, 32,4% das respostas, o que indica também que a divulgação não está surtindo o efeito esperado, ver Gráfico 2. Como a pesquisa foi realizada fora de período escolar, não obteve dados em relação às visitas agendadas pelas escolas. Ficando esse dado, fora dessa análise.

**Gráfico 2** - Forma de conhecimento da exposição do MAG



**Fonte:** os autores

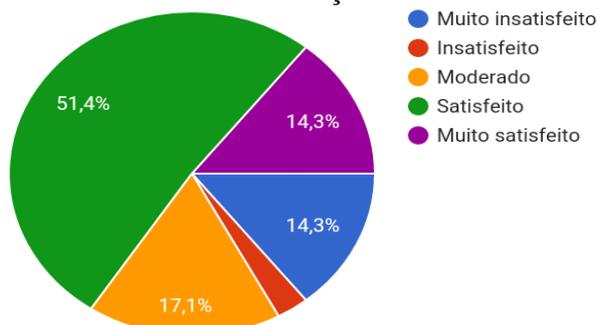


Os questionamentos de satisfação com o museu, se o usuário tinha interesse em voltar no museu e se as informações obtidas, atenderam às suas necessidades informacionais, tinham a indicação de que deveriam ser respondidos levando em consideração a relação entre a resposta sobre o que esses usuários buscavam de informação no museu, o grau de satisfação pelo atendimento, a contemplação do objetivo buscado e se o usuário recomendaria o MAG para outros.

Nesses quesitos as respostas foram bem expressivas no quesito se o usuário voltaria a visitar o museu MAG, 91,4% das amostras responderam que “Sim”, demonstrando que apesar da resposta que a maioria não tem uma frequência regular de visitas, o museu tem um papel importante nos seus hábitos de cultura e lazer. Já no questionamento se a visita atendeu as necessidades informacionais pretendidas pelos respondentes, teve-se 88,2% das respostas positivas, o que demonstra que, em geral, os anseios de busca informacional são atendidos pelo museu.

O que é reforçado pela questão de nível de satisfação, onde 51,4% dos entrevistados responderam que estavam satisfeitos, como ser visto no Gráfico 3, pois as suas necessidades informacionais foram atendidas e 14,3% estava muito satisfeito. Demonstrando um alto grau de satisfação entre os informantes pesquisados.

**Gráfico 3 - Grau de satisfação das necessidades informacionais atendidas pelo MAG**

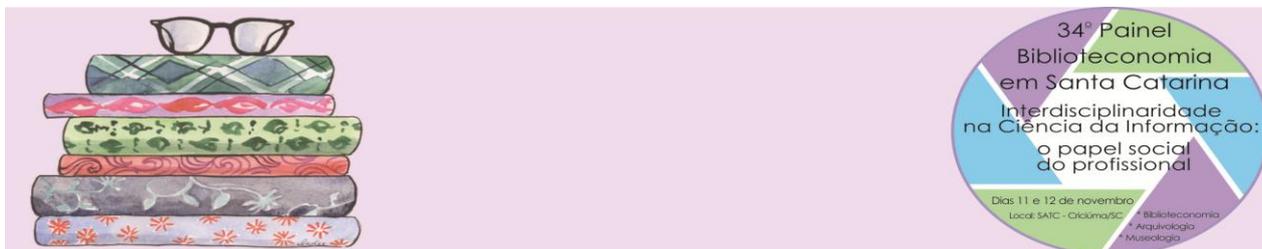


**Fonte:** os autores.

Quanto à questão se os usuários recomendariam o Museu para outra pessoa, também houve uma quantidade expressiva de respostas positivas, demonstrando que essa é uma das formas mais efetivas de propagação das informações e conteúdos expostos pelo museu. Nesse quesito, 94,3% das respostas foram positivas. O que é reforçado pela questão anterior, que buscava descobrir como os usuários tomavam conhecimento da exposição, em que 32,4% das respostas indicaram que foi por indicação de outros usuários.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo, procurou-se identificar o perfil dos usuários da informação do MAG, visto que os estudos de usuários são importantes ferramentas para o planejamento dos serviços de informação, em toda e qualquer unidade de informação. Ressalta-se que no Brasil, os museus e centros culturais em grande maioria públicos não são vistos como prioridade pelo governo e nem pelo público a que se destina. Apesar de sua importante função social e na obtenção de informações de fonte não verbal, por muitas vezes, o museu é ignorado e quase



sempre acaba à beira do abandono pelas autoridades que deveriam ser os mais interessados em mantê-los.

Após a análise do perfil traçado e das informações adquiridas com a comparação entre os dados, é possível evidenciar que o MAG necessita de uma divulgação mais efetiva, o fato de grande parte dos usuários aqui analisados terem tomado conhecimento da exposição atual por comunicação de amigos, corrobora essa afirmação.

Além disso, é necessário um estudo mais amplo com base maior de usuários potenciais pertencentes ao perfil traçado, para aprofundar o conhecimento acerca de suas necessidades e objetivos informacionais. Um estudo mais aprofundado, por exemplo, usando as classificações sugeridas por Almeida (2010), pode ajudar o MAG a definir seu calendário de exposições mais dinâmico, aumentando assim a frequência de visitas dos usuários, buscando artistas mais relevantes ao perfil de usuário traçado de forma a aumentar o interesse que esse público possa desenvolver pelas exposições.

O estudo também deve se focar em como os usuários buscam informações referentes à lazer e conhecimento, área em que a maioria dos usuários associaram à área de atuação do museu, buscando atingir esses usuários de modo a gerar interesse em uma visita e depois gerar o hábito.

A forma de apresentação do museu também pode ser revista, a boa localização das salas de exposições é um atrativo à visita. Porém a sede principal tem pouca visibilidade no parque onde está instalada, e sua localização pode ser difícil para público de “primeira viagem”. A sinalização adequada e customizada da localização do museu e de seu prédio pode gerar maior número de visitas espontâneas de usuários potenciais. De um modo geral o MAG, na qualidade de instituição, vem cumprindo seu papel como mecanismo de preservação e disseminação da cultura local sendo referência no Estado.

## REFERÊNCIAS

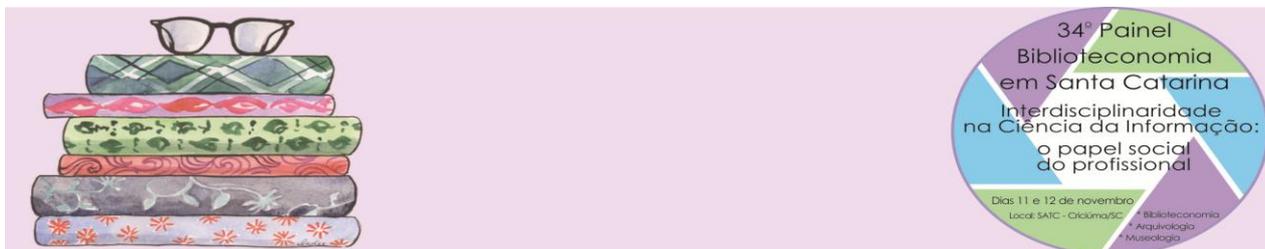
ALMEIDA, Adriana Mortara. Avaliar as ações educativas em museus: como, para quê e por quê?: Avaliação de ações educativas em museus. In: ENCONTRO NACIONAL DA REM, 1., 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Casa do Rui Barbosa, 2010. p. 153-164.

ALMEIDA, Adriana Mortara; LOPES, Maria Margaret. Modelos de comunicação aplicados aos estudos de públicos de museus. **Revista de Ciências Humanas**, Taubaté, v. 9, n. 2, p. 137-144, 2003.

CUNHA, Murilo Bastos da; AMARAL, Sueli Angelica do; DANTAS, Edmundo Brandão. **Manual de estudos de usuários**. São Paulo: Atlas, 2015.

FIGUEIREDO, Nice Menezes de. **Estudos de uso e usuário da informação**. Brasília: Ibiect, 1994.

GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias. **O pensamento reflexivo na busca e no uso da informação na comunicação científica**. 2008. 242 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação, Universidade de Brasília, Brasília, 2008.



GASQUE, Kelley Cristine Gonçalves Dias; COSTA, Sely Maria de Souza. Evolução teórico-metodológica dos estudos de comportamento informacional de usuários. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 39, n. 1, p. 21-32, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v39n1/v39n1a02>>. Acesso em: 22 jun. 2016.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Ministério da Cultura. **Museus em Números**. v. 1. Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2011.

JULIÃO, Letícia. Apontamentos sobre a história do museu. In: **CADERNO de diretrizes museológicas**. 2. ed. Belo Horizonte: Secretaria de Estado da Cultura/; Superintendência de Museus, 2006. p. 17-29. Disponível em: <[http://www.cultura.mg.gov.br/files/Caderno\\_Diretrizes\\_I\\_Completo.pdf](http://www.cultura.mg.gov.br/files/Caderno_Diretrizes_I_Completo.pdf)>. Acesso em: 10 jun. 2016.

KÖPTCKE, Luciana Sepúlveda; PEREIRA, Marcele Regina Nogueira. Museus e seus arquivos: em busca de fontes para estudar os públicos. **História, ciências, saúde – Manguinhos**, Rio de Janeiro, v.17, n.3, jul.-set. 2010, p.809-828.

LOPES, Luiz Carlos. Comunicação e Informação em Arquivos, Bibliotecas e Museus. **Conexão: comunicação e cultura, Caxias do Sul**, v. 1, n. 2, p.105-112, 2002.

MARTELETO, Regina Maria; RIBEIRO, Leila Beatriz. Informação e construção do conhecimento para a cidadania no terceiro setor. **Informação & Sociedade: estudos, João Pessoa**, v. 11, n. 1, p. 1-21, 2001.

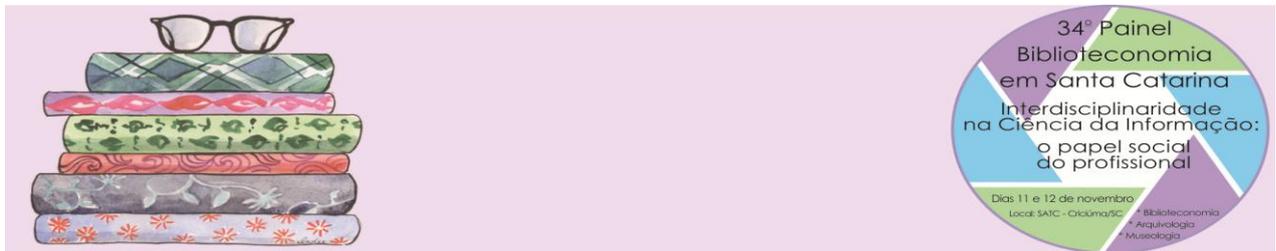
MARTINS, Luciana Conrado et al. (org.). **Que público é esse?: formação de público de museus e centros culturais**. São Paulo: Percebe, 2013.

MUSEU DE ARTE DE GOIÂNIA. **MAG/histórico**. Disponível em: <<https://www.goiania.go.gov.br/html/mag/historico.shtml>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

PREFEITURA DE GOIÂNIA. **Museus**. Disponível em: <<http://www4.goiania.go.gov.br/portal/goiania.asp?s=2&tt=con&cd=1583>>. Acesso em: 17 jun. 2016.

RODRIGUES, Auro de Jesus. **Metodologia científica**. São Paulo: Avercamp, 2006.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2014.



## USERS OF INFORMATION IN GOIÂNIA ART MUSEUM- GO

**ABSTRACT:** Introduce a study on the information users in Goiânia Art Museum - Goiás. affirm as the Information Science is an area that has been developing studies that seek to analyze user behavior with regard to the access and use of information in society. objective identify the profile of users of the information from the Goiânia Art Museum. Establishes as methodology, using a exploratory research, with a bibliographic nature, a qualitative approach and field research. Concludes that the museum needs more effective actions for disclosure and dissemination of information about their services, says that the profile of users is a heterogeneous audience, with different features and interests.

**Keywords:** Use of the information. Information Science. Art Museum Goiânia – GO.