



Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO  
Centro de Ciências Humanas e Sociais – CCH



Museu de Astronomia e Ciências Afins – MAST/MCT

**Programa de Pós Graduação em Museologia e Patrimônio – PPG-PMUS  
Mestrado em Museologia e Patrimônio**

# **ENCANTAMENTO E ESTRANHAMENTO**

***Como Moradores e Não Moradores  
de Belo Horizonte Experimentam o  
Museu de Artes e Ofícios***

***Maíra Freire Naves Corrêa***

***UNIRIO / MAST - RJ, Fevereiro de 2010***

# ENCANTAMENTO E ESTRANHAMENTO

## COMO MORADORES E NÃO MORADORES DE BELO HORIZONTE EXPERIMENTAM O MUSEU DE ARTES E OFÍCIOS

*por*

**Maíra Freire Naves Corrêa,**  
*Aluna do Curso de Mestrado em Museologia e Patrimônio  
Linha 01 – Museu e Museologia*

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa  
de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio.

Orientador: Professora Doutora Sibeles Cazelli

*UNIRIO/MAST - RJ, Fevereiro de 2010*

## FOLHA DE APROVAÇÃO

# ENCANTAMENTO E ESTRANHAMENTO

Como Moradores e Não Moradores de  
Belo Horizonte Experimentam  
o Museu de Artes e Ofícios

Dissertação de Mestrado submetida ao corpo docente do Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio, do Centro de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO e Museu de Astronomia e Ciências Afins – MAST/MCT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Museologia e Patrimônio.

### ***Aprovada por***

Prof. \_\_\_\_\_  
Rosane Maria Rocha de Carvalho

Prof. \_\_\_\_\_  
Tereza Scheiner

Prof. \_\_\_\_\_  
Sibele Cazelli

***Rio de Janeiro, 2010***

**Dados internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)**

M Corrêa, Maíra Freire Naves.

Estranhamento e Encantamento: como moradores e não moradores de Belo Horizonte experimentam o Museu de Artes e Ofícios / Maíra Freire Naves Corrêa.

2010.

194 f. : il. ; 30 cm.

Orientador: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Sibeles Cazelli.

Dissertação (Mestrado em Museologia e Patrimônio)- Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro/Museu de Astronomia e Ciências Afins/Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio, Rio de Janeiro, 2010.

Bibliografia: f. 201.

1. Museu de Artes e Ofícios. 2. Público 3. Museu 4. Turismo 5. Encantamento 6. Estranhamento. 7. Experiência turística. I. Sibeles Cazelli. II. Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro. *Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio*. III. Museu de Astronomia e Ciências Afins (Brasil). IV. Título.

CDU -

Dedico este trabalho a todos os profissionais de museus e de turismo,  
especialmente aos funcionários do Museu de Artes e Ofícios  
que trabalham para fazer da visita ao MAO  
uma experiência inesquecível.

*Agradeço a Deus e ao meu Anjo da Guarda pela força e proteção nos momentos mais difíceis. Agradeço à minha mãe que é também pai, irmã, chefe, revisora, secretária, terapeuta e muitas outras coisas na minha vida. Agradeço à Célia Corsino, com quem eu tive a honra de aprender sobre a arte e o ofício de fazer museus. Agradeço ao Pedro pela oportunidade de superar os meus próprios limites. Por fim, agradeço a todas as pessoas que contribuíram para minha vida no Rio de Janeiro e para o desenvolvimento deste trabalho, especialmente Stela Murta, Heloísa Gama, Sibeles Cazelli, Rosane Carvalho e Tereza Scheiner.*

*E os homens combatem pelo que julgam saber.  
E eu, que estudo tanto,  
inclino a cabeça sem ilusões,  
e a minha ignorância enche-me de lágrimas as mãos.*

*Cecília Meireles*

## **RESUMO**

CORRÊA, Máira Freire Naves. Encantamento e Estranhamento: como moradores e não moradores de Belo Horizonte experimentam o Museu de Artes e Ofícios

Orientador: Profª Drª Sibeles Cazelli. UNIRIO/MAST. 2008. Dissertação.

A Dissertação analisa as relações entre o Museu de Artes e Ofícios (MAO), localizado em Belo Horizonte (BH), Minas Gerais, e seus visitantes. Comparando os depoimentos de moradores da cidade com depoimentos dos não moradores, buscaram-se os indícios da chamada “experiência turística” definidos pela pesquisadora como “estranhamento” e “encantamento”. Para além do levantamento bibliográfico relativo à museologia e ao turismo e outras áreas afins, foram analisados alguns dados coletados pelo Observatório de Museus e Centros Culturais, Pesquisa Perfil-Opinião aplicada em 2006, no Museu de Artes e Ofícios. Elaborou-se também um roteiro de entrevistas semi-estruturadas com questões quantitativas e qualitativas que foi aplicado a um grupo de visitantes do MAO. Desta forma, além de comprovar que qualquer visitante, independente de seu local de residência habitual, pode ter uma experiência turística dentro do MAO, foram obtidas informações sobre o processo de apropriação dessa instituição enquanto equipamento cultural e de lazer pelos moradores de Belo Horizonte, levantados dados sobre a utilização do espaço museológico enquanto atrativo turístico e identificadas demandas e contribuições que moradores e não moradores trazem para o Museu de Artes e Ofícios.

Palavras-chave:

1. Museu de Artes e Ofícios.
2. Público
3. Museu
4. Turismo
5. Encantamento
6. Estranhamento.
7. Experiência turística.

## **ABSTRACT**

CORRÊA, Máira Freire Naves. "Enchantment and Strangement: how inhabitants of Belo Horizonte and outsiders experimentalize the Museu de Artes e Ofícios. Advisor: Sibeles Cazelli. UNIRIO/MAST. 2008. Dissertation.

This Dissertation analyses the relationship between the *Museu de Artes e Ofícios* (MAO), located in Belo Horizonte, Minas Gerais, and its visitors. Statements of inhabitants of this city were compared to statements of outsiders, and evidences of the so called "touristic experience", defined by the researcher as "strangement" and "enchantment", were searched. Beyond the bibliographical work related to Tourism, Museology and other related fields, some of the data collected by the Observatory of Museums and Cultural Centers, Research Profile-Opinion applied in the *Museu de Artes e Ofícios* in the year of 2006, was analyzed. A semi-structured survey was elaborated with quantitative and qualitative questions which were applied in a group of visitors of the museum. Besides proving that any visitor, regardless of his/her usual place of origin, is able to have a touristic experience inside MAO, information about the process of acquisition of this institution as a cultural and leisure facility by the inhabitants of Belo Horizonte, was obtained. In the same way, data about the usage of the museum space as a tourist attraction was collected and also contributions and demands brought by both local and alien visitors, were identified.

Keywords:

1. *Museu de Artes e Ofícios*. 2. Public 3. Museum 4. Tourism 5. Enchantment 6. Estrangement.  
7. Touristic Experience.

## **SIGLAS E ABREVIATURAS UTILIZADAS:**

**BELOTUR** – Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte

**BH** – Belo Horizonte

**CACI** – Centro de Arte Contemporânea de Inhotim

**CAPES** – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

**CBTU** – Companhia Brasileira de Trens Urbanos

**CECA** – *Internacional Committee for Education and Culture Actions, ICOM* (Comitê de Ações para Educação e Cultura do Conselho Internacional de Museus)

**DEMU** – Departamento de Museus e Centros Culturais

**EBTU** – Empresa Brasileira de Transportes Urbanos

**EMBRATUR** – Empresa Brasileira de Turismo

**ES** – Espírito Santo

**GEIPOT** – Empresa Brasileira de Planejamento de Transportes

**GO** - Goiás

**IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

**IBRAM** – Instituto Brasileiro de Museus

**ICFG** – Instituto Cultural Flávio Gutierrez

**ICOM** - *International Council of Museums* (Conselho Internacional de Museus) - órgão filiado à UNESCO

**ICOFOM** - *International Committee for Museology, ICOM* (Comitê Internacional de Museologia do Conselho Internacional de Museus)

**IEPHA** – Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais

**IPHAN** – Instituto de Patrimônio Artístico e Histórico Nacional

**MAO** – Museu de Artes e Ofícios

**MAST** – Museu de Astronomia e Ciências Afins

**METROBEL** – Companhia de Transportes Urbanos da Região Metropolitana de Belo Horizonte

**MG** – Minas Gerais

**MINC** – Ministério da Cultura

**OMCC** – Observatório de Museus e Centros Culturais

**OMT** – Organização Mundial do Turismo

**REUNI** – Reestruturação e Expansão das Universidades Federais

**RJ** – Rio de Janeiro

**SP** – São Paulo

**SPHAN** – Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

## Lista de Ilustrações

Imagem 1: Símbolo de Museu para sinalizações turísticas	21
Imagem 2: Ferro de Passar a Brasa	32
Imagem 3: Ofício da Cozinha	32
Imagem 4: Moinho de Fubá	33
Imagem 5: Balança de Pesar Escravos	33
Imagem 6: Exemplo de linguagem didática – objetos relacionados ao Ofício da Rendeira	67
Imagem 7: Uso de manequins no Ofício do Carpinteiro de Roda	68
Imagem 8: Nicho expositivo da Balança de Pesar Escravos	69
Imagem 9: Painel de Sinalização do Ofício do Carranqueiro	71
Imagem 10: <i>Backlight</i> e Multimídia do Ofício do Tropeiro	72
Imagem 11: Jardim das Energias	75
Imagem 12: Mezanino que dá acesso ao Primeiro Andar do Prédio B	76
Imagem 13: Fiandeira, Rendeira e Costureira - Conjunto de Ofícios do Fio e do Tecido	77
Imagem 14: Moinho de Fubá com placa explicativa	142
Imagem 15: Detalhe da placa explicativa	142
Imagem 16: Entrada para o Túnel que liga a Galeria A à Galeria B	149
Imagem 17: Placa de sinalização para o Túnel	149
Imagem 18: Sinalização para o primeiro andar do Prédio B	150

Imagem 19: Detalhe da sinalização para p primeiro andar do Prédio B	150
Imagem 20: Carrancas	151
Mapa 1: Hiper-centro de Belo Horizonte	53
Mapa 2: Regiões Administrativas do Município de Belo Horizonte	96
Quadro 1: Itens sobre os serviços oferecidos como constam no questionário da pesquisa de levantamento do OMCC	85
Quadro 2: Quadro de classificação dos museus ou instituições culturais visitados nos últimos 12 meses	89
Quadro 3: Grupos e Segmentos de Público que recebem descontos para a compra de ingressos no Museu de Artes e Ofícios	129

## Lista de Tabelas

Tabela 1: Distribuição percentual dos visitantes que declararam visitar o MAO pela primeira vez	82
Tabela 2: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o número de visitas	82
Tabela 3: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o conhecimento da existência do museu	83
Tabela 4: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo os diferentes meios de informação sobre o museu	83
Tabela 5: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo os motivos da visita ao museu	84
Tabela 6: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o nível de satisfação com a visita	85
Tabela 7: Ordenação dos itens relacionados à avaliação de determinados serviços oferecidos, pela média	86
Tabela 8: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo a intenção de retorno nos próximos 12 meses	87
Tabela 9: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o objetivo declarado para retornar nos próximos 12 meses	87
Tabela 10: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo a visita a outros museus ou centros culturais nos últimos 12 meses	88
Tabela 11: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo os dias da semana preferidos para a visita a museus	89
Tabela 12: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o horário preferido para a visita a museus	90
Tabela 13: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo os fatores que dificultam a visita a museu	90
Tabela 14: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o sexo	91

Tabela 15: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo a faixa etária	91
Tabela 16: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o nível de escolaridade	92
Tabela 17: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo a atividade remunerada	93
Tabela 18: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o tipo de emprego	93
Tabela 19: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo a situação de emprego	93
Tabela 20: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo a renda domiciliar mensal	94
Tabela 21: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o local de residência	95
Tabela 22: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, residentes no município de Belo Horizonte, segundo a região administrativa	96
Tabela 23: Frequência dos visitantes entrevistados por local de residência	101
Tabela 24: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por local de residência, faixa etária e sexo	102
Tabela 25: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, por faixa etária e sexo	104
Tabela 26: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, que declararam já conhecer BH, por motivos da vinda a BH e por número de dias de permanência em BH	106
Tabela 27: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo a relação entre a visita ao MAO e a viagem a Belo Horizonte	107

Tabela 28: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo as visitas anteriores ao MAO, a frequência de visitas, os dias e os horários das visitas, o intervalo de tempo entre a visita no dia da entrevista e a visita anterior ao museu e o motivo da última visita ao museu	108
Tabela 29: Frequência de visitantes entrevistados residentes em Belo Horizonte, por motivos da não visita ao MAO anteriormente, e segundo os motivos da visita ao MAO naquele dia	110
Tabela 30: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo os motivos da não visita ao MAO anteriormente, e segundo os motivos da visita ao MAO naquele dia	112
Tabela 31: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por visita a outros museus, por quantidade de museus já visitados, por intervalo de tempo entre a visita ao MAO e a última visita e por museus visitados e citados espontaneamente	114
Tabela 32: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, por visita a outros museus, por quantidade de museus já visitados, por intervalo de tempo entre a visita ao MAO e a última visita e por museus visitados e citados espontaneamente	116
Tabela 33: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo o contexto social da visita e por tipo de acompanhante	117
Tabela 34: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo o contexto social da visita e por tipo de acompanhante	118
Tabela 35: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo a avaliação que fazem das instalações físicas do MAO e segundo a avaliação que fazem da qualidade do ambiente físico do MAO	119
Tabela 36: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo a avaliação que fazem das instalações físicas do MAO e segundo a avaliação que fazem da qualidade do ambiente físico do MAO	120

Tabela 37: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por fonte de informação sobre o MAO	122
Tabela 38: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, por fonte de informação sobre o MAO	122
Tabela 39: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por facilidade para chegar ao MAO e por meio de transporte utilizado para chegar ao museu	123
Tabela 40: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo a facilidade para chegar ao MAO e por meio de transporte utilizado para chegar ao MAO	124
Tabela 41: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por conhecimento do horário de funcionamento do MAO, por fonte de informação sobre o horário e segundo a opinião que têm sobre o horário	125
Tabela 42: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, por conhecimento do horário de funcionamento do MAO, por fonte de informação sobre o horário e segundo a opinião que têm sobre o horário	126
Tabela 43: Frequência de visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo a intenção de retorno ao MAO e segundo os motivos de retorno ao MAO	127
Tabela 44: Frequência de visitantes entrevistados, não moradores de BH segundo a intenção de retorno ao MAO e segundo os motivos de retorno ao MAO	128
Tabela 45: Frequência de visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo a avaliação da política de ingressos do MAO	130
Tabela 46: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo os fatores que podem influenciar uma visita ao MAO e se influenciam positivamente ou negativamente	132

Tabela 47: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo os fatores que podem influenciar uma visita ao MAO e se influenciam positivamente ou negativamente	133
Tabela 48: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo a possibilidade de frequentar a Praça da Estação, sem o MAO e segundo a possibilidade de frequentar o MAO, caso a Praça da Estação não tivesse sido reformada	134
Tabela 49: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo a possibilidade de frequentar a Praça da Estação, sem o MAO e segundo a possibilidade de frequentar o MAO caso a Praça da Estação não tivesse sido reformada	135
Tabela 50: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo as partes da exposição que mais gostaram, o despertar de lembranças, os sentimentos trazidos pelas lembranças e segundo as partes ou objetos da exposição que despertaram lembranças ou eram familiares	137
Tabela 51: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo as partes da exposição que mais gostaram, o despertar de lembranças na exposição, o sentimento das lembranças e segundo as partes da exposição que despertaram lembranças ou eram familiares	139
Tabela 52: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo o reconhecimento e o entendimento de objetos do MAO	141
Tabela 53: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo o reconhecimento e o entendimento de objetos do MAO	141
Tabela 54: Frequência dos visitantes entrevistados residentes no município de Belo Horizonte, segundo o despertar de sensações negativas dentro do MAO, os tipos de sensação negativa, o despertar de sensações positivas dentro do MAO e segundo os tipos de sensação positiva	145

Tabela 55: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo o despertar de sensações negativas dentro do MAO, os tipos de sensação negativa, o despertar de sensações positivas dentro do MAO e segundo os tipos de sensação positiva	152
Tabela 56: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte por nível de escolaridade	155
Tabela 57: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, por nível de escolaridade	156
Tabela 58: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por tipo ocupação	156
Tabela 59: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, por tipo ocupação	157
Tabela 60: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por local de trabalho ou estudo	158
Tabela 61: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, por local de trabalho ou estudo	158
Tabela 62: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por renda domiciliar mensal	159
Tabela 63: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, por renda domiciliar mensal	159
Tabela 64: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo sugestões, críticas ou elogios a esta pesquisa ou ao MAO	160
Tabela 65: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo sugestões, críticas ou elogios a esta pesquisa ou ao MAO	161

# SUMÁRIO

	Pág.
INTRODUÇÃO	19
Cap. 1 EM BUSCA DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA NO MUNDO DOS MUSEUS	38
Cap. 2 A PRAÇA O MUSEU E A EXPOSIÇÃO PERMANENTE	51
2.1 – PRIMEIRA FASE: DA INAUGURAÇÃO À DECADÊNCIA	54
2.2 – SEGUNDA FASE: A AMEAÇA DE DEMOLIÇÃO E A REAÇÃO PRESERVACIONISTA	57
2.3 – TERCEIRA FASE: NOVAS PERSPECTIVAS	60
2.4 – A EXPOSIÇÃO PERMANENTE	64
Cap. 3 INVESTIGAÇÕES SOBRE O PÚBLICO DO MUSEU DE ARTES E OFÍCIOS	80
3.1 - ANÁLISE ESTATÍSTICA DESCRITIVA DA PESQUISA PERFIL-OPINIÃO DO OBSERVATÓRIO DE MUSEUS E CENTROS CULTURAIS	81
3.1.1 – Circunstâncias e Antecedentes da Visita	82
3.1.2 – Opinião Sobre os Serviços Oferecidos nos Museus	84
3.1.3 – Hábitos de Visitas a Museus e Instituições Afins	88
3.1.4 – Perfil Socioeconômico e Cultural dos Visitantes	91
3.2 - ANÁLISE ESTATÍSTICA DESCRITIVA DAS ENTREVISTAS	100
3.2.1 – A Experiência Museal: contexto pessoal, social e físico	105
3.2.2 – O MAO enquanto Atrativo Turístico e Equipamento Cultural e de Lazer	121
3.2.3 – Encantamento e Estranhamento	135
3.2.4 – Perfil Socioeconômico dos Entrevistados	154
CONSIDERAÇÕES FINAIS	163
REFERENCIAS	175
ANEXOS	184

## **INTRODUÇÃO**

## INTRODUÇÃO

Este trabalho propõe um estudo sobre as relações entre o Museu de Artes e Ofícios (MAO), localizado em Belo Horizonte (BH), Minas Gerais, e seus visitantes, diferenciando-os segundo seu local de residência. Com isso busca-se entender como se dão as experiências dos moradores da cidade e dos não moradores dentro do museu.

As informações foram organizadas em cinco partes: a Introdução abrange as questões e conceitos embrionários da pesquisa, seus objetivos, viabilidade, justificativa, hipóteses e metodologia.

O primeiro capítulo procura trazer os conceitos e autores que nortearam o caminho percorrido pela pesquisadora na investigação do que se convencionou chamar de “experiência turística” dentro de um museu.

O capítulo dois tem como objetivo contextualizar a pesquisa, relatando e analisando a história da Praça da Estação e do Museu de Artes e Ofícios. Nesse capítulo também é feita a apresentação e a discussão sobre a exposição permanente do MAO, sob o ponto de vista da semiótica.

O terceiro capítulo é iniciado com a análise de alguns dados obtidos em 2006 pelo projeto Observatório de Museus e Centros Culturais (OMCC) que foram considerados relevantes para este estudo. Esse capítulo apresenta também a análise estatística descritiva das entrevistas realizadas pela pesquisadora com os visitantes do MAO em 2009. Os dados quantitativos foram ilustrados com trechos das entrevistas e debatidos com bibliografia pertinente ao assunto. Por fim, são relatados os fatores indicativos da experiência turística que puderam ser apreendidos por meio das entrevistas.

As Considerações Finais trazem a avaliação do alcance dos objetivos propostos e as verificações das hipóteses descritas na introdução, são também apontadas as limitações e os resultados mais relevantes da pesquisa.

O trabalho foi iniciado em março de 2008 e se desenvolveu no âmbito do Programa de Mestrado em Museologia e Patrimônio, mais precisamente no projeto de pesquisa docente: “Museologia como Ato Criativo: linguagens da exposição” que pertence à Linha 1: Museu e Museologia.

Para desenvolver o tema específico desta pesquisa, o MAO e seus visitantes,

faz-se necessário, primeiramente, pontuar alguns aspectos sobre o mundo dos museus e da museologia, onde se concentraram os estudos.

O conceito de museu e seu papel na sociedade passaram por muitas modificações ao longo da História. No entanto, ainda hoje, a imagem que nos vem à mente quando nos referimos a “museu” é uma construção com colunas e frontão triangular que lembram um templo grego. Este é, inclusive, o ícone internacionalmente utilizado nas sinalizações turísticas para museus.



Placas de Atrativos Turísticos  
Atrativos históricos e culturais  
THC-05 Museu

Imagem 1 – Símbolo de museu para sinalizações turísticas  
Fonte: [aimore.net/placas/placa227.html](http://aimore.net/placas/placa227.html)

Desta forma, podemos perceber que a idéia de museu como um local sagrado dedicado às artes e à ciência (Museion)<sup>1</sup>, que foi formada na Grécia Antiga ainda é uma referência muito forte. No entanto, os profissionais de museus e da museologia têm procurado modificar a visão dessas instituições como “templos” consagrados à cultura erudita, “congelados” no tempo e no espaço, isolados da dinâmica social contemporânea. Isso pode ser observado na definição de museu atual adotada pelo Comitê Internacional de Museus (ICOM), onde é enfatizado o papel social dos museus:

Museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento, que adquire, conserva, pesquisa, divulga e expõe, para fins de estudo, educação e lazer, testemunhos materiais e imateriais dos povos e seu meio ambiente. (ICOM, 2004).

No entanto, é bom lembrar que para se chegar a este entendimento, houve um longo caminho percorrido pelos teóricos do campo, entre eles Zbynek Z.

<sup>1</sup> **MUSEION** era o nome dado ao templo das musas na Grécia Antiga, ligadas a diferentes ramos das artes e das ciências, filhas de Zeus com Minemosine, divindade da memória.

Stránský que publicou em 1980, pelo Conselho Internacional de Museus (ICOM), uma nova definição de museu e museologia. De acordo com ela, a museologia seria uma área específica de conhecimento voltada para o estudo do fenômeno museu. (ICOM; ICOFOM, 1980).

A partir disso, foi possível aos profissionais da área enxergar as diversas manifestações do fenômeno Museu. Entre essas manifestações está o que se convencionou chamar de Museu Tradicional, onde se insere o MAO, objeto deste estudo:

Museu Tradicional: Espaço físico ou arquitetural instituído, arbitrariamente selecionado, delimitado e preparado para receber coleções de testemunhos materiais recolhidas do mundo. Nele, as coleções são pesquisadas, documentadas, conservadas, interpretadas e exibidas por especialistas. Seu público-alvo é a sociedade. A base conceitual do museu tradicional é o objeto. (SCHEINER, 2006, p. 9).

Além da consciência do papel social a ser desempenhado pelos museus, outro aspecto muito importante para a compreensão dos museus na atualidade e que também explica sua sobrevivência ao longo dos séculos é que eles não são construídos e não se sustentam para a simples observação ou adoração de objetos, muito menos para a coleção e exposição de coisas exóticas. Os museus não são templos nem vitrines, são espaços onde a relação Homem / Objeto se manifesta em sua complexidade. Ao estudo dessa relação e suas implicações junto ao patrimônio cultural e natural, dá-se atualmente o nome de museologia:

A museologia se ocupa da investigação teórica de qualquer atividade humana, individual ou coletiva, relativa à preservação, interpretação e comunicação do patrimônio cultural e natural e com o contexto social no qual a relação específica Homem / Objeto está colocada. (Texto de apresentação do Comitê Internacional de Museologia/ICOFOM do Conselho Internacional de Museus/ICOM, disponível em <http://icom.museum/international/icofom.html>) (tradução nossa).

Conforme mostra o enunciado acima, dentro da definição de museologia está a idéia de Patrimônio. É preciso ter em mente, no entanto, que a idéia atual de Patrimônio não mais se pauta exclusivamente pelos paradigmas da Modernidade. Com base no texto de Tereza Scheiner, tem-se uma idéia da metamorfose sofrida pelo conceito de Patrimônio:

(...) na Modernidade (o patrimônio cultural foi) construído em torno de conceitos bem delimitados: o passado, a memória, o autêntico, a permanência, o Estado-Nação. (...) na Atualidade (surgem) novas superfícies discursivas, desta vez privilegiando outros conceitos: o conhecimento, a identidade, a vida, o paradoxo global-local, o virtual. (Ibid, 2004, p. 148).

A diversidade patrimonial é trabalhada também por Françoise Choay. Em sua obra *A Alegoria do Patrimônio*, a autora discorre, entre outros assuntos, sobre: “*A tripla extensão – tipológica, cronológica e geográfica – dos bens patrimoniais (...)*” (2001, p.15) e como essas transformações se fazem presentes na atualidade. Nessa mesma linha de pensamento, encontra-se a interpretação de Bellailgue (1992), que coloca o Patrimônio não como coisa acabada e intocável, mas como produto das relações do Homem com o mundo externo e interno, interagindo com o Tempo (memória), com o Espaço (físico e mental) e com o Imaginário (invenções e criações). Aqui, embora a autora não tenha mencionado, pode-se inserir também a noção de futuro, uma vez que a constituição do patrimônio remete não só à preservação do passado por ele mesmo, mas a um compromisso com a formação identitária das futuras gerações (Patrimônio cultural) e com sua sobrevivência e qualidade de vida (Patrimônio natural).

Nos Ecomuseus<sup>2</sup> a relação Patrimônio / sociedade torna-se vital e toma outra proporção. O que se dava entre o edifício, o objeto e o indivíduo, passa a se dar entre o território, seus elementos e a comunidade que o ocupa.

Observa-se, contudo, que a preocupação com a sociedade do entorno e com o público em geral vem crescendo em todos os museus. A pesquisa de público, instrumento herdado da área da comunicação e marketing, tem se mostrado bastante eficaz nos museus tradicionais ortodoxos. Por meio dela, são recolhidas informações que subsidiarão ações destinadas a atender a anseios reais da população, e que afirmem os museus como instituições importantes para o desenvolvimento social.

Embora esta pesquisa tenha como objeto de estudo um museu tradicional ortodoxo, acredita-se que é possível, e recomendável, buscar entender o Museu de Artes e Ofícios como uma manifestação fenomênica, em contínuo processo de transformação. Isso favorecerá o entendimento dos fatores que antecederam sua implantação, bem como sua atuação e significado na cidade de Belo Horizonte. Além de suas possibilidades e limites como atrativo turístico e os fatores internos e externos, explícitos e implícitos que influem nas relações entre o MAO o público visitante.

---

2 Dentro da tipologia dos chamados Museus de Território, os Ecomuseus são aqueles baseados na iniciativa e participação direta da comunidade local, onde os bens culturais e naturais, móveis e imóveis, são escolhidos e musealizados pelos e para os moradores. Entretanto, pode envolver colaboradores externos em sua gestão e abrigar um museu tradicional dentro de seu território.

É possível perceber que este é um trabalho de natureza interdisciplinar, no qual a base de conhecimento está na museologia, mas sua construção conta com colaborações da área do turismo, da comunicação, da psicologia, da sociologia e da matemática aplicada, que serão trabalhadas no Capítulo 1. Espera-se assim, contribuir com o diálogo e a troca de saberes entre essas áreas e com o conhecimento sobre o público de museus.

## OBJETIVOS

### **Geral:**

A pesquisa tem como objetivo geral:

- Analisar e comparar as experiências de moradores e não moradores de Belo Horizonte que visitam o Museu de Artes e Ofícios.

### **Específicos:**

- Sistematizar e analisar os dados coletados pelo Observatório de Museus e Centros Culturais, Pesquisa Perfil-Opinião aplicada em 2006, no Museu de Artes e Ofícios, que possam contribuir para esta pesquisa;
- Analisar a relação entre morador e museu por meio da investigação do processo de apropriação dessa instituição enquanto equipamento cultural e de lazer<sup>3</sup>, pelos moradores de Belo Horizonte;
- Analisar a relação entre não moradores e museu por meio da investigação do espaço museológico enquanto atrativo turístico<sup>4</sup>;
- Identificar as demandas e contribuições que moradores e não moradores trazem para o Museu de Artes e Ofícios.

---

<sup>3</sup> O lazer, tal como o entendemos hoje, é uma prática sociocultural urbana em permanente construção. Para que ele aconteça são necessários tempo livre das obrigações profissionais e sociais e espaço físico disponível. (ISAYAMA; LINHARES, 2006).

<sup>4</sup> "Atrativos turísticos são elementos básicos sobre os quais se desenvolve a atividade turística. Podem ser naturais, culturais, histórico-monumentais ou eventos". (Fundação de Apoio à Pesquisa, ao Ensino e à Cultura (FAPEC) / SEBRAE/Fundação Cândido Rondon (FCR), 2006, p. 17). Outras definições sobre o campo do turismo serão abordadas no Capítulo 1.

## VIABILIDADE

A viabilidade da pesquisa proposta foi garantida devido aos seguintes fatores:

O acesso a trabalhos acadêmicos da museologia e de áreas afins, disponibilizados pelo Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio, forneceram o respaldo científico adequado.

Os recursos financeiros foram fornecidos pelo Programa Reuni / Capes<sup>5</sup>, que concedeu à discente bolsa de estudos de agosto de 2008 a fevereiro de 2010.

As boas relações entre a pesquisadora e a instituição, objeto deste estudo, garantiram que os dados necessários fossem fornecidos com a maior agilidade e confiabilidade possível.

A experiência da pesquisadora, quando integrante da equipe do MAO, como responsável pela aplicação dos questionários do Observatório de Museus e Centros Culturais no Museu de Artes e Ofícios, enriquece a pesquisa, não só com os dados coletados, mas também com o conhecimento do contexto de realização da pesquisa no museu em questão.

## JUSTIFICATIVA

O estudo das interfaces entre o turismo e os museus vem se mostrando importante para ambas as áreas: *“O que fica patente, (...) é que a parceria entre museus e turismo é inevitável e desejável”*. (VASCONCELLOS, 2006, p. 51).

Entretanto, a maior parte dos estudos e das práticas mercadológicas do setor turístico ainda restringe o museu ao papel de atrativo a ser incorporado nos roteiros turísticos, o guardião da memória coletiva e da identidade cultural local. Um dos autores mais importantes da atualidade, Néstor García Canclini (2003, p. 161) menciona problemas na relação superficial entre os museus e o turismo: *“(...) servindo mais como conservadores de uma pequena porção do patrimônio, recurso de promoção turística e publicidade de empresas privadas do que formadores de uma cultura visual coletiva (...)”*.

O turismo, por sua vez, é visto por estudiosos da área da cultura

---

<sup>5</sup> Programa de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior.

prioritariamente como atividade econômica em que os recursos financeiros gerados podem ajudar a preservar o patrimônio cultural, material e imaterial: “*Enquanto a conservação do patrimônio pode ser viabilizada com a ajuda do turismo, de outro lado, a conservação do patrimônio natural e cultural favorece o turismo (...)*”. (FILHO, 2002, p. 140).

A pesquisa proposta poderá apontar novos caminhos para a compreensão e integração das duas áreas, Museus e Turismo, no âmbito do conhecimento teórico. Acredita-se com isso poder contribuir também para o aprimoramento das relações, no sentido prático operacional, entre os museus e a atividade turística.

É importante ressaltar que embora a relevância do conhecimento sobre o público freqüentador dos museus seja amplamente reconhecida, a maioria das pesquisas sobre o assunto aborda somente os perfis sócio-econômicos, dividindo o público segundo a assiduidade.

(...) público visitante – pessoas que de fato freqüentam museus (...); público potencial – pessoas que se pretende atingir pela ação do museu (...); público alvo – trata-se de uma seleção dentro do público potencial a qual se pretende atingir por determinado programa / atividade. (STUDART et al., 2003, p. 133).

A utilização da assiduidade como um critério para a classificação do público é correta e tem fornecido muitos dados para o trabalho dos pesquisadores. Entretanto, esses estudos muitas vezes ignoram “*(...) o usuário em sua diversidade, considerando ao mesmo tempo sua multiplicidade coletiva e sua singularidade individual e subjetividade (...)*” (LEITE 1996, p.65). Desta forma, deixam escapar aspectos importantes, relacionados ao comportamento dos diversos públicos diante da experiência de visitarem um museu e os impactos cognitivos e afetivos do acervo e das mensagens sobre os visitantes.

Considera-se como resultado cognitivo fatos, conceitos, princípios, modos de lidar com a informação, habilidades de resolver problemas, sistemas de crença: estruturas cognitivas que determinam como as experiências são traduzidas e incorporadas às estruturas existentes de conhecimento. Os resultados afetivos são as emoções, atitudes e valores do indivíduo e incluem excitação, amolação, ambivalência, medo, relaxamento; disposição para entender outros pontos de vista, sensibilidade para o que um artista ou cientista está tentando fazer; autoconfiança, auto-imagem, identificação com um tema; atitudes positivas/negativas em relação a certos tópicos, arte ou atividades. (SCREVEN, 1991, p.16).

O estudo dos aspectos cognitivos e afetivos mencionados acima busca um entendimento mais profundo das relações entre os museus e seus visitantes.

Acredita-se que, desse modo, a pesquisa de público poderá contribuir para a afirmação de uma museologia real, não idealizada. Pois, como mostra Mc Lean (1993, p.3), uma das maiores dificuldades dos profissionais de museus está em “(...) lidar com a audiência real das exposições, que não corresponde à audiência idealizada por eles”.

É bom lembrar também que o conhecimento mais profundo do perfil de visitantes dos museus e de suas demandas contribui para o cumprimento do papel social dessas instituições. Uma vez que, mesmo os museus de caráter privado, como o MAO<sup>6</sup>, recebem da coletividade direta ou indiretamente os recursos financeiros e o reconhecimento necessários à sua subsistência. (SILVA, 1989).

Espera-se que esta pesquisa colabore principalmente com o conhecimento sobre o público do MAO, os museus de Belo Horizonte e com a museologia de modo mais amplo.

## HIPÓTESES

Após a abertura do Museu de Artes e Ofícios, em janeiro de 2006, uma das tarefas desenvolvidas pela então funcionária, agora discente, referia-se ao levantamento do perfil do público visitante e de suas solicitações e observações relativas ao museu.

Na medida em que o perfil do público vinha sendo traçado, com informações referentes ao sexo, escolaridade, ocupação e origem, coletadas e sistematizadas regularmente, surgiram questões mais profundas sobre a relação estabelecida entre esse público e o MAO. Entre as questões surgidas, estavam algumas relativas ao local de moradia dos visitantes. O fato de residir ou não no município de Belo Horizonte influencia a experiência dos visitantes do MAO? Os visitantes moradores de BH sentem-se mais à vontade no Museu de Artes e Ofícios, do que aqueles visitantes que vêm de outras cidades, estados e países? Uma vez dentro do museu, o visitante pode se sentir um turista, independentemente do local de sua residência? Quando visitantes registram no Livro de Opiniões que fizeram uma “viagem” dentro

---

<sup>6</sup> O Museu de Artes e Ofícios é uma filial do Instituto Cultural Flávio Gutierrez, que por sua vez, é uma Organização Não Governamental sem fins lucrativos. A maior parte dos recursos do museu é originária de projetos patrocinados por meio de leis federais, estaduais e municipais de incentivo à cultura.

do museu, há um sinal de uma mudança qualitativa na visita?

Essas questões motivadoras, juntamente com o conhecimento acumulado durante o curso de Graduação em Turismo e posteriormente aprofundado no Mestrado em Museologia e Patrimônio, deram embasamento para a formulação das seguintes hipóteses:

- A definição de “Turismo” defendida pela Organização Mundial de Turismo ainda não é suficiente para abarcar a complexidade desse fenômeno;
- Sensações e emoções de encantamento e estranhamento são características marcantes da experiência turística;
- Dentro do Museu de Artes e Ofícios as características da experiência turística aparecem também em relatos de visitantes moradores;
- Os visitantes do Museu de Artes e Ofícios podem ser divididos em quatro grupos: 1: visitantes moradores de Belo Horizonte que vivenciam uma experiência turística dentro do museu; 2: visitantes moradores de Belo Horizonte que não vivenciam uma experiência turística dentro do museu; 3: visitantes que não residem em Belo Horizonte e desenvolvem uma experiência turística dentro do Museu e 4: visitantes que não residem em Belo Horizonte e não desenvolvem uma experiência turística dentro do museu.

## **METODOLOGIA**

A técnica de estudo de caso foi o primeiro fator a constituir a metodologia desta pesquisa. Sabe-se, portanto, que os resultados aqui obtidos deverão ser analisados sempre tendo em vista a realidade da instituição estudada, o Museu de Artes e Ofícios.

Além de se caracterizar como um estudo de caso, o trabalho desenvolvido também tem em sua origem a pesquisa de público. Conforme recomenda Cristina Souza e Silva, as metodologias de pesquisa de público devem “(...) *desenvolver-se a partir dos dados de mais fácil obtenção evoluindo seu amadurecimento no sentido da identificação dos dados mais difíceis*” (1989, p. 101). Desta forma, para realizar os objetivos propostos e verificar as hipóteses formuladas nesta pesquisa, foram realizados os seguintes procedimentos metodológicos:

- (I) Levantamento bibliográfico de fontes secundárias pertinentes ao tema

proposto;

(II) Levantamento de dados quantitativos sobre a visitação do Museu de Artes e Ofícios em fontes primárias (setor de comunica o do MAO) e secundárias (questionários do Observatório de Museus e Centros Culturais, pesquisa Perfil-Opinião 2006 (ANEXO A));

(III) Análise documental de dados qualitativos sobre a experiência dos visitantes do MAO registrados no Livro de opiniões e sugestões. Foram colhidas as anota es feitas ao longo do primeiro semestre de 2009 que mencionavam as palavras “viagem” e derivadas; “turismo” e derivadas;

(IV) Levantamento e análise de dados quantitativos e qualitativos em fontes secundárias sobre as a es municipais voltadas para o desenvolvimento do turismo em Belo Horizonte. Esta etapa teve como fonte principal a Empresa Municipal de Turismo (BELOTUR) que forneceu documentos elaborados sobre o tema desde o ano de 2002 até 2008;

(V) Coleta de informa es sobre o comportamento dos visitantes do MAO por meio de conversas informais com os funcionários do museu que trabalham diretamente com o público, os vigilantes e faxineiros;

(VI) Elabora o de roteiro e realiza o de entrevistas semi-estruturadas junto aos visitantes do MAO. Este método foi escolhido por permitir a inclusão de novas questões ao longo de processo de sua aplica o (SILVA, 1989);

(VII) Análise estatística descritiva dos dados obtidos pelos questionários e entrevistas;

(VIII) Verifica o das hipóteses elaboradas.

Cabe sublinhar que foi feita uma sele o dos dados oriundos do Observatório de Museus e Centros Culturais (OMCC) que poderiam contribuir para o desenvolvimento desta pesquisa.   importante esclarecer também que, embora muitos assuntos abordados nos formulários do OMCC tenham sido também investigados nas entrevistas, houve diferenças no modo de abordagem e na formula o das perguntas. Visto que a entrevista permite uma abordagem menos formal, que visa ganhar a confiança do entrevistado e deixá-lo   vontade para se expressar.

As questões extraídas do OMCC são referentes a um questionário auto-administrado, aplicado durante oito semanas (de agosto a outubro de 2006) a uma amostra de visitantes com 15 anos ou mais, por ocasião da segunda rodada da

pesquisa realizada em seis museus, a saber: Museu Castro Maya – Açude (RJ); Museu Castro Maya – Chácara do Céu (RJ); Museu Histórico Abílio Barreto (MG); Museu de Artes e Ofícios (MG); Museu de Mineralogia Djalma Guimarães (MG) e Museu de Biologia Mello Leitão (ES).

Nesse estudo foi utilizada a base com os dados relativos à amostra de visitantes do Museu de Artes e Ofícios, composta por 456 casos válidos. Para a análise estatística descritiva foi utilizado o *software Statistical Package for Social Science* – SPSS.

Em relação às entrevistas semi-estruturadas feitas com visitantes do MAO, é preciso esclarecer que as perguntas foram elaboradas com base nas informações obtidas a partir da análise dos dados do Observatório Nacional de Museus e Centros Culturais (OMCC) de 2006, e também com base nos dados de visita fornecidos pelo Museu de Artes e Ofícios.

Foram feitos dois Roteiros de Entrevistas (ANEXO B/A), um destinado aos moradores do município de BH e outro destinado aos não-moradores. Ambos os Roteiros mesclaram questões quantitativas e qualitativas, que foram organizadas em quatro grupos:

O primeiro grupo buscava levantar informações sobre a experiência de visita a museus que, segundo a definição de John Falk e Lynn Dierking encontrada no texto de Denise Studart e Maria Esther Valente, pode ser entendida como a interação de três contextos: o contexto pessoal, o social e o físico:

O contexto pessoal é único. Ele incorpora interesses pessoais, motivações, experiências prévias, conhecimentos, educação, classe social, visitas que o indivíduo já tenha feito a museus. (...) Toda visita a um museu acontece dentro de um contexto social. Dependendo desse contexto a visita será completamente diferente. O contexto físico se refere à arquitetura, ao espaço, ao ambiente. Se o local é claro, silencioso ou barulhento, quente ou frio... tudo isso mexe com as emoções e com a percepção das pessoas. (STUDART e VALENTE, 2006, p. 110).

Em relação às questões formuladas, cabe esclarecer os critérios utilizados para classificar os visitantes do MAO em “não visitantes”, “raros”, “ocasionais” ou “freqüentes”. É sabido que estudiosos norte-americanos classificaram como “não público” aquelas pessoas que passam mais de dois anos sem visitar um museu (HOOD, 1983). Contudo, tratando-se da realidade brasileira, Denise Grinspum (2000, p. 79) propõe: “nenhuma vez, como não usuários de museu; os que responderam de 1 a 2 vezes, como visitantes esporádicos; os que responderam de 3

*a 4 vezes ou mais de 5 vezes, como freqüentadores”.*

Para a presente pesquisa considerou-se também o tempo de abertura do Museu de Artes e Ofícios ao público – três anos e meio. Assim, a classificação dos visitantes entrevistados, segundo a freqüência, resultou na seguinte forma: os que responderam que já haviam estado no museu uma vez, visitantes raros; os que haviam estado no MAO duas vezes, visitantes ocasionais; e aqueles que afirmaram ter ido ao museu mais de três vezes, freqüentadores. As pessoas que estavam no MAO pela primeira vez no dia da entrevista não foram categorizadas.

O segundo grupo de perguntas buscou conhecer os pontos fortes e fracos do museu enquanto atrativo turístico e equipamento de cultura e de lazer em Belo Horizonte, por meio da avaliação feita pelos visitantes da infra-estrutura e dos serviços oferecidos pelo museu.

O terceiro grupo de perguntas foi formulado para fazer emergir informações que pudessem caracterizar uma experiência turística<sup>7</sup> dentro do museu. Para isso, foram elaboradas questões sobre o que é familiar e o que é exótico para os visitantes; o que os encanta e o que causa estranhamento ou incômodo. Além disso, foi utilizado também o método de Lembrança Estimulada, que consiste na exposição do entrevistado a algum tipo de registro como fotos, vídeos, desenhos, áudio, por exemplo, relacionado à atividade da qual ele participou. Este recurso metodológico havia se provado eficaz em diversas áreas do conhecimento, como a lingüística e a psicologia. Porém, na investigação museológica brasileira, foi aplicado somente em 1999, por Douglas Falcão Silva, em sua dissertação de mestrado, “Padrões de Interação e Aprendizagem em Museu de Ciências”, na qual o autor recomenda que o método seja empregado logo após a experiência, e que todos os comentários do entrevistado sejam registrados.

Para aplicar o método da Lembrança Estimulada foram selecionados quatro objetos que fazem parte da exposição permanente do MAO. Os objetos estão localizados em partes diferentes do museu, onde são identificados com legendas e informações complementares.

Dois objetos podem ser considerados de “fácil entendimento”, pois são mais populares, sua função e uso podem ser facilmente deduzidos por meio da simples

---

<sup>7</sup> O conceito de experiência turística é tido como um conceito latente, o que implica em particularidades para ser estudado. Essa definição e suas características serão detalhadas no capítulo 1, dedicado ao quadro de referências conceituais desta pesquisa.

observação: O Ferro de Passar à Brasa (nº tomo 1849)



Imagem 2: Ferro de Passar a brasa

e o Fogão à lenha (nº tomo 1751).



Imagem 3: Ofício da Cozinha

A facilidade na identificação e compreensão destes objetos foi comprovada em diversas entrevistas como esta:

Entrevistadora – Por favor, diga o que lhe vem à mente quando olha para a foto desses objetos que estão na exposição permanente do museu:

*Foto do Fogão à Lenha:*

**Entrevistado nº 3 – Esse é o fogão a lenha, muito familiar. Ainda quero ter um fogão à lenha na minha casa.**

*Foto de Ferro de passar a Brasa:*

**Entrevistado nº 3 – Ferro de passar. É muito familiar também.**

Outros dois objetos podem ser considerados mais complexos em relação às suas estruturas de funcionamento e também são menos conhecidos, exigindo, portanto, maior atenção por parte do visitante para sua compreensão: Moinho de Fubá (nº tomo 1641)



Imagem 4: Moinho de Fubá  
Foto: Miguel Aun / MAO

e Balança de Pesar escravos (nº tomo 1754).



Imagem 5: Balança de Pesar Escravos  
Foto: Miguel Aun / MAO

O mesmo entrevistado que identificou o Fogão e o Ferro de Passar com facilidade, encontrou dificuldades com esses objetos:

*Foto do Moinho de Fubá:*

**Entrevistado nº 3 – É um moinho de fubá, eu vi.**

Entrevistadora – Mas você entende como ele funciona?

**Entrevistado nº 3 – Sim, eles colocam o fubá aqui em cima e moem.**

Entrevistadora – Mas como ele se move?

**Entrevistado nº 3 – Não, isso não deu para entender.**

*Foto da Balança de pesar Escravo:*

**Entrevistado – É uma balança não é?**

Entrevistadora – Sim, mas é uma balança especial.

**Entrevistado nº 3 (...)**

Entrevistadora – Usada para pesar escravos, você já tinha reparado?

**Entrevistado nº 3 – Não, tinha não.**

A aplicação do método da Lembrança Estimulada e a escolha dos objetos tiveram a intenção de investigar como os visitantes se apropriaram da exposição. Pois, é por meio deste contato que as pessoas desenvolvem diversas formas e níveis de entendimento, ou apropriações (CARVALHO, 1998). Ao serem estimulados a falar livremente sobre aqueles objetos, os entrevistados tiveram a oportunidade de se manifestar sobre o uso e a prática social que desenvolveram dentro do museu. Assim, forneceram dados sobre qualidades e deficiências dos procedimentos de recepção, da sinalização, dos equipamentos e das informações complementares. Essas informações são muito importantes, não só para a presente investigação, mas também para a instituição pesquisada, uma vez que o MAO, enquanto local de representação de práticas e valores da sociedade brasileira, deve zelar pela qualidade das relações sociais, econômicas, e culturais que aí se produzem, reproduzem e têm lugar. (SANT' ANNA, 2001).

O último grupo de questões buscou levantar o perfil sócio-econômico dos entrevistados, e complementar as informações colhidas anteriormente.

A composição da amostra levou em consideração primeiramente a proporção

da origem dos visitantes, identificada pelo OMCC<sup>8</sup>, de forma que foram entrevistados: 16 residentes do município de Belo Horizonte, quatro residentes da região metropolitana, seis moradores de outras cidades de Minas Gerais, cinco moradores de outros estados do Brasil e um morador do exterior. No total foram entrevistados 32 visitantes, abordados ao final da visita à exposição permanente. Outro fator observado para a coleta de dados foi a alternância de dias e horários, evitando-se que a pesquisa reflita apenas o perfil de visitantes semanais ou de finais de semana.

As entrevistas foram áudio-gravadas, realizaram-se entre os dias 25 de agosto e 07 de setembro de 2009. Esse período de pesquisa, embora curto, proporcionou uma variedade interessante da amostra, uma vez que foram entrevistadas pessoas em dias úteis, finais de semana e no feriado de 07 de setembro. Entre os dias 25 e 28 de agosto realizaram-se os pré-testes, nos quais foi utilizada a primeira versão do Roteiro de Entrevistas (ANEXO B/A). O objetivo desta etapa foi verificar a viabilidade do roteiro, sua eficácia na obtenção das informações e sua metodologia de aplicação (SILVA, 1989). Foi constatada a necessidade de alguns ajustes, como a inclusão de uma questão sobre o hábito de visitas a museus:

Questão 2. Já visitou outros museus?

2.1. Quantos?

2.2. Quando foi sua última visita a um museu?

A inclusão desta questão partiu da percepção de que alguns entrevistados nunca haviam estado em um museu antes, o que tem grande influência no contexto pessoal das visitas (GRINSPUM, 2000). Devido à inclusão desta questão todas as outras perguntas foram renumeradas no roteiro final.

Os itens 9.1 – Valor do ingresso e 9.7 – Horário de funcionamento foram retirados da questão 9 no Pré-teste (nº 10 no roteiro final), pois suas avaliações já constavam em outras perguntas do roteiro.

A questão nº 11 do pré-teste (nº 12 no roteiro final) foi reelaborada para evitar a indução de respostas dos entrevistados: questão 11, O que você mais gostou no MAO? Por quê? (Pré-teste); questão 12: Você gostou do museu? (Roteiro final).

As questões nº 12 e 12.1 do pré-teste referiam-se às possíveis críticas ou

---

<sup>8</sup> Os dados do Observatório de Museus e Centros Culturais (OMCC) referentes à origem dos visitantes estão explicitados na Tabela 1

reclamações dos entrevistados:

Questão 12. Algo no MAO não lhe agradou?

12.1. Teve alguma parte da exposição que você não gostou? Algo provocou em você uma sensação incômoda?

Essas questões foram retiradas, pois foram percebidos constrangimento e passividade nas respostas, conforme é relatado também por Cristina Souza e Silva (1989), ao estudar o trabalho de Simonowicz e Calvano (1985) sobre o perfil do público dos Museus do Exército. Desta forma, para investigar os possíveis pontos fracos do museu e como os visitantes os percebiam, outras formas de abordagem foram formuladas:

Questão 13. Você sentiu alguma sensação negativa dentro do museu? Por exemplo:

13.1a Vergonha (fez ou achou que estava fazendo algo que não podia, passou por alguma situação embaraçosa?);

13.1b Confusão; (sem saber como agir);

13.1c Desorientado / perdido (sem saber aonde ir);

13.1d Estranhamento, não estar familiarizado com o que vê (não entender o que vê);

Essa forma de abordagem teve também como objetivo estudar os indicadores da experiência turística, em particular, o Estranhamento. Da mesma forma, foram elaboradas perguntas sobre emoções ou sensações positivas, que levariam ao Encantamento:

13.2 Você sentiu alguma sensação positiva dentro do museu? Por exemplo:

13.2a Viagem para outra época, qual?;

13.2b Estar em outro local, diferente de BH ou do museu, qual?;

13.2c Encantamento, fascinação por aquilo que não conhece?

Apesar de todas essas adaptações, exclusões e inserções, que resultaram na versão final dos roteiros de entrevistas (ANEXO B/B), as entrevistas realizadas durante a fase do pré-teste foram consideradas válidas, pois forneceram muitos dados pertinentes à investigação e contribuíram para a verificação das hipóteses formuladas.

Os dados foram trabalhados concomitantemente por meio de anotações,

transcrições das fitas de áudio e das observações diretas feitas pela pesquisadora.

Os entrevistados foram divididos em dois grupos: um composto pelos entrevistados moradores do município de Belo Horizonte e outro composto pelos seguintes entrevistados: moradores na Região Metropolitana de BH; moradores de outros municípios de Minas Gerais; moradores de outros estados brasileiros e moradores de outros países, formando assim, o grupo dos não-moradores. Cada grupo teve as questões quantitativas tabuladas e descritas a fim de identificar semelhanças e diferenças em seus depoimentos que pudessem contribuir para a verificação das hipóteses formuladas. As questões qualitativas foram estudadas para a identificação de categorias de análise relativas à experiência turística.

Os depoimentos forneceram ainda diversas outras informações significativas para a relação do MAO com seus visitantes. Essas informações serão descritas ao longo deste trabalho.

## **CAPÍTULO 1**

# **EM BUSCA DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA NO MUNDO DOS MUSEUS**

## 1 EM BUSCA DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA NO MUNDO DOS MUSEUS

Alguns conceitos, considerados primordiais para o campo de conhecimento em que esta pesquisa se concentra, foram trabalhados na Introdução: museu, museologia e patrimônio. Entretanto, como já foi dito, o desenvolvimento deste trabalho envolveu diversas áreas de conhecimento, em especial a comunicação e o turismo. Dessa forma, serão apresentadas suas contribuições e de outras áreas afins à museologia que formam o panorama conceitual desta pesquisa.

Para estudar o modo como os visitantes entendem a exposição permanente do MAO faz-se necessário lançar mão de alguns conceitos das áreas da psicologia e da comunicação. No âmbito da psicologia há uma vertente que se preocupa especialmente com a percepção que os indivíduos têm da realidade e como suas reações ao ambiente se desenvolvem. Trata-se da Gestalt, uma escola da Psicologia experimental iniciada no Século XX que vem sendo utilizada em vários estudos de público dentro da museologia.

(...) Para os gestaltistas entre o estímulo que o meio fornece e a resposta do indivíduo há o processo de percepção. O que o indivíduo percebe e como ele percebe. (...) Esse fenômeno da percepção é norteado pela busca do fechamento, simetria e regularidade que compõem a figura (objeto). (BOCK; FURTADO e TEIXEIRA, 1991, p.53).

A Gestalt tem como princípio fundamental a pregnância da forma. De acordo com esse princípio, a primeira relação estabelecida entre o sujeito e o objeto é a percepção da forma e esta percepção busca a organização das unidades que a compõem, no sentido da harmonia e do equilíbrio visual. Assim, quanto melhor for a organização da forma, permitindo mais facilidade e rapidez na leitura, compreensão e interpretação, maior será o seu grau de pregnância (FILHO, 2002).

A leitura dos objetos, que é parte dos estudos na Gestalt, também aparece no campo da semiótica que "(...) se preocupa com o modo de significação, o modo de comunicação, os códigos e os sistemas de expressão e o modo de interpretação das mensagens recebidas" (HORTA, 1994, p.20). O conceito, que se refere a uma longa tradição da filosofia grega nos estudos sobre a significação, foi utilizado em estudos sobre a lingüística. Mas, a partir do século XX, começou a ser inserido também nos

estudos da comunicação (MORA, 1986). Na museologia, a semiótica vem sendo utilizada para a melhoria da comunicação do museu com seu público. Tanto a comunicação dos objetos e mensagens trabalhadas pelas exposições, como a comunicação para garantir a segurança no fluxo dos visitantes, a utilização dos serviços e equipamentos disponíveis, entre outros assuntos.

A semiótica pode ser estudada a partir das seguintes perspectivas: a Pragmática, que se ocupa das relações dos signos com aqueles que os usam ou que são afetados por eles; a Sintaxe, que se ocupa das relações dos signos entre si e a Semântica, que estuda as relações dos signos com o que eles representam. (ALVES e CABRAL, 1996).

Sob o ponto de vista da semiótica, os objetos museológicos, e as formas como são apresentados, trabalham como signos que carregam diversos significados e *“nos remetem a outros objetos, ausentes do nosso campo de visão, mas presentes em nosso universo mental”*. (HORTA, 1994, p. 10). Assim, a semiótica se mostra um importante instrumento para a museologia, pois busca explicar os mecanismos dos signos, o processo das trocas mentais de idéias abstratas por meio de sinais concretos.

Esta dissertação não tem como objetivo estudar profundamente os elementos da exposição permanente do MAO sob o ponto de vista da semiótica. Porém, é importante entender as exposições como complexos sistemas semióticos, um lugar de comunicação que utiliza várias mídias em um mesmo espaço, apresentando “partes” para falar de um “todo”.

Ao tratar da significação dos objetos é necessário lembrar suas possíveis interpretações. É preciso ter em mente que o espaço expositivo e todos os objetos ali colocados são resultado de um discurso interpretativo formulado pelo MAO em relação aos Ofícios Pré-Industriais Brasileiros. Toma-se interpretação como *“(...) um processo de adicionar valor à experiência de um lugar, por meio da provisão de informações e representações que realcem sua história e suas características culturais e ambientais”* (MURTA e GOODEY, 1995, p. 5), pressupondo, portanto, a seleção dos aspectos que serão destacados e da forma como isso será feito para o público. É interessante observar que algumas escolhas intencionais ou não, feitas pela equipe do museu, foram percebidas e avaliadas pelos entrevistados desta pesquisa:

Entrevistadora - Como você avalia as instalações físicas do museu? (recepção, salas expositivas, banheiros, cafeteria, loja, bebedouros, etc.).

**Entrevistado nº31 – (...) Deu pra ver bem, a iluminação lá do segundo andar do prédio é mais suave, mas eu acho que encaixa bem, é proposital, não é? Interessante...**

Outro ângulo da interpretação nos museus se refere aos diversos entendimentos possíveis que os visitantes têm da exposição. Esse fator interpretativo não é plenamente controlado pelos planejadores das exposições, pois na medida em que o discurso produzido pelo museu é recebido pelo público, ele sofre uma reelaboração por parte do visitante (CARVALHO, 1998). A forma como o visitante vai absorver as informações e mensagens sugeridas pelo museu depende de sua experiência de vida, grau de instrução e familiaridade com o assunto tratado, entre outros fatores. Muitos desses aspectos foram percebidos durante as entrevistas e suas influências na relação visitante/museu foram bastante claras, como se pode perceber no depoimento abaixo, em que o entrevistado é perguntado se está sozinho ou acompanhado, e acaba discorrendo detalhadamente sobre uma peça do museu:

Entrevistadora - Você está visitando o museu sozinho? Acompanhado? Com quem?

**Entrevistado nº10 – Com minha mãe, com minha irmã e com minha neta. Foi bom a gente ter trazido a mãe, não é? Ela quase não sai, foi bom pra ver as coisas, lembrar o passado. Até a gente achou uma coisa lá na frente, que se chama fole, e era de quando ela foi criada, o padrinho dela que criou ela tinha isso, ele fazia faca, fazia foice. Até eu já vi, tocava muitas vezes pra ele, dava ar, aí esquentava o carvão e fazia brasa. Foi muito bom.**

A área da comunicação também tem contribuído muito com o desenvolvimento dos museus, vistos como espaços de troca entre os visitantes e destes com a própria instituição, uma vez que *“Todos os elementos que compõem o processo de comunicação estão presentes no museu, (...) são eles: contexto, mensagem, emissor e receptor”* (HORTA, 1991, p. 56). Cabe aos profissionais e estudiosos dos museus (emissores), procurarem conhecer seu público (receptores) e assim, estabelecerem os códigos em comum para a comunicação das mensagens que se dará, prioritariamente, dentro das exposições (CARVALHO, 1998). Entretanto, este sistema apresenta uma comunicação unidirecional, do museu para o público, não permitindo um *feedback* para a troca de informações.

As pesquisas de público são utilizadas nos museus justamente para levar informações na direção contrária, do público para as instituições, e assim,

“oxigenam” o processo comunicacional. Existem basicamente três tipos de estudos sobre público: Os descritivos que traçam o perfil do público e seus segmentos; os de avaliação que procuram entender os processos de comunicação, a percepção das informações e os ganhos afetivos e cognitivos dos visitantes; e os teóricos que permitem generalizações sobre o comportamento dos visitantes e os processos de comunicação dos museus (SILVA, 1989). A presente pesquisa possui características tanto de um trabalho descritivo, como de avaliação.

Estas classificações, assim como outras definições e exemplos de pesquisas de público no Brasil e no mundo, foram estudadas por Cristina Maria de Souza e Silva, em seu trabalho de mestrado *Pesquisa de Público em Museus e Instituições Abertas à Visitação – Fundamentos e metodologias*. A autora traz diversos exemplos e aponta os resultados de trabalhos já realizados por outros pesquisadores. Muitas de suas análises e conclusões foram pertinentes a este estudo de caso, sendo utilizadas para as avaliações das entrevistas com os visitantes e para a análise dos resultados da pesquisa do Observatório de Museus e Centros Culturais.

O conceito de “público” tem origem nas ciências sociais como aquilo que é de todos, do grego *polis*, em oposição àquilo que é individual e privado (BARBOSA, 2001). Mas, neste trabalho, a idéia de público tem também forte influência do campo da comunicação, onde, inicialmente, o termo se referia ao conjunto de pessoas que assiste a um acontecimento (ÁUGRAS, 1980). Com a segmentação dos mercados consumidores, a idéia de público se transformou para abarcar os comportamentos que caracterizam um determinado grupo diante de um evento, produto ou experiência, sendo utilizado como:

(...) o conjunto de pessoas que não apenas praticam uma atividade determinada, mas diante dela assumem um mesmo tipo de comportamento, sobre ela expressam opiniões e juízos de valor consideravelmente convergentes e dela extraem sensações e sentimentos análogos. (STUDART et al., 2003, p.131).

Na museologia, o termo “público” abarca os visitantes das exposições e os usuários do museu, sendo os últimos constituídos por aqueles que utilizam serviços como o *site* e a biblioteca, mas não necessariamente visitam a exposição. Há ainda os não-visitantes, que podem ser trabalhados como público-potencial, se o museu identificar um segmento específico que deseja atrair.

Dentro do segmento público de museus, temos aqueles de visitação

programada (escolas e demais grupos agendados) e aqueles de visitação espontânea, que podem ser divididos em passantes, intencionais ou turistas (SILVA, 1989). Segundo Cazelli et al. (2008), existe ainda um terceiro segmento que se constitui como o público de visitação estimulada, composto por pessoas que nunca visitaram o museu ou que têm um nível de freq ncia muito baixo.

A pesquisa proposta terá como alvo o público de visitação espontânea e de visitação estimulada do Museu de Artes e Ofícios, visto que os dados colhidos na Pesquisa Perfil-Opinião 2006 do Observatório de Museus e Centros Culturais, que serão utilizados neste trabalho, contemplaram esses segmentos.

Ainda em rela o ao público de visitação espontânea,   preciso esclarecer o conceito de turista, já que esta classe será alvo específico desta investiga o. A principal institui o internacional no campo do turismo, a Organiza o Mundial do Turismo (OMT), em 1954, definiu o turista como:

Toda pessoa sem distin o de raça, sexo, língua e religião que ingresse no território de uma localidade **diversa daquela que tem residência habitual** e nele permaneça, no **mínimo, vinte e quatro horas e no máximo de seis meses** com finalidade de turismo, recreio, esporte, saúde, motivos familiares, estudos, peregrina es religiosas ou negócios, mas sem a inten o de imigra o. (IGNARRA, 2003, p.14. **Grifo nosso**).

A partir desse entendimento abre-se espaço para outro esclarecimento sobre o termo adotado para tratar as pessoas que não residem no município de Belo Horizonte. Optou-se por denominar os turistas e os excursionistas de "não moradores". Sendo excursionista o nome dado àquelas pessoas que permanecem em um local diferente de sua residência habitual por, no máximo, 24 horas (BENI, 2004). Desta forma, os visitantes do MAO entrevistados, que residem em municípios da Região Metropolitana de Belo Horizonte, foram considerados excursionistas e inseridos no grupo dos "não moradores", incluindo aqueles que afirmaram ter o costume de ir a BH.

Entre os estudiosos do assunto "público de museus", além de Cristina Maria de Souza e Silva, já citada,   preciso chamar a aten o para a contribui o de Bourdieu e Darbel com a obra *O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público*. Os autores apresentaram resultados de uma pesquisa de público feita em diversos museus na Europa, nos anos sessenta. Suas observa es e conclusões também foram muito úteis para a análise das entrevistas e para o estudo dos dados levantados pelo OMCC. Entre os diversos pontos comentados por eles, tem-se a análise da

atividade turística enquanto um fator motivador para a ida aos museus. Os autores alertam para o fato de que apesar de muitos turistas procurarem museus, isso não faz com que eles se tornem freqüentadores de museus: “(...) se ele (o turismo) pode incitar os sujeitos menos cultos a visitar pela primeira vez um museu, é por si só, incapaz de determinar conversões duradouras” (BOURDIEU E DARBEL, 2003, p. 49).

Dessa forma, para que o turismo seja efetivamente uma estratégia de fomento da visitação aos museus, é preciso que ele esteja aliado a outras condicionantes, a principal delas é a escolaridade. Segundo os autores “*De todos os fatores, o nível de instrução é, de fato, o mais determinante*” (Ibid., p.159) para a formação do público de museus.

Os museus e o turismo possuem diversos pontos de contato. Para trabalhar alguns desses pontos, informações sobre o campo do turismo e suas interfaces com a museologia serão destacadas.

Sabe-se que muito antes dos estudos sobre turismo, as viagens já estavam presentes na história da humanidade. Entretanto, foi com o término da Segunda Guerra Mundial que as viagens por lazer ganharam maior estímulo e o termo Turismo passou a ser usado para designar esse tipo de atividade. Os impulsos humanos rumo ao desconhecido, os grandes deslocamentos causados por mudanças naturais e/ou sócio-culturais (guerras, por exemplo), acompanhados do desenvolvimento dos meios de transporte, das comunicações e da informática são alguns dos fatores que compõem o cenário atual de um mundo globalizado<sup>9</sup>.

O movimento massivo dos fluxos turísticos observados a partir da segunda metade de século XX, também integra o novo cenário da Globalização, que modificou profundamente a relação dos Homens entre si e destes com o espaço físico (BAUMAN, 1999). A crescente demanda estimulou o aumento e a diversificação dos serviços oferecidos, a atividade turística passou a envolver vários componentes da cadeia produtiva<sup>10</sup>. Desse modo, tem-se a operacionalização da

---

<sup>9</sup> Não cabendo neste trabalho uma discussão aprofundada sobre o que vem a ser Globalização, optou-se por adotar o conceito elaborado por Von Wright transcrito por BAUMAN: “*A idéia de globalização refere-se explicitamente às formas anônimas operando na vasta ‘terra de ninguém’ - nebulosa, lamacenta, intransitável e indomável – que se estende para além do alcance da capacidade de desígnio e ação de quem quer que seja em particular*” (WRIGHT, apud BAUMAN 1999, p. 68).

<sup>10</sup> Pode-se dizer que a cadeia produtiva do turismo é o conjunto de “*empresas e de elementos materiais e imateriais que desenvolvem ocupações relacionadas ao turismo, em busca de mercados estratégicos, utilizando-se de produtos competitivos*” (ZAGHENI, 2004, p. 67).

indústria turística.

À medida que o turismo passou a movimentar mais divisas, multiplicaram-se os interesses em compreender como ele se desenvolvia, e quais os fatores positivos e os negativos trazidos para as comunidades receptoras. Outro ponto importante era como manter a atividade turística ativa sem extenuar os recursos naturais e culturais por ele utilizados. Como forma de sensibilizar a sociedade, as autoridades e os estudiosos procuraram mostrar o turismo como uma forma de relacionamento entre as pessoas e destas com o planeta, enfatizando a interdependência entre os elementos naturais, sociais e econômicos envolvidos no processo de emissão e recepção de pessoas (BENI, 2001).

Mais recentemente, outros autores defendem a visão do turismo como um fenômeno social. Oscar de La Torre elaborou a seguinte definição que atualmente é utilizada pela Organização Mundial do Turismo:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual, para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. LA TORRE, 1992 apud MERIGUE. Disponível em <http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?IDConteudo=1508>. Acesso em 10 de março de 2009.

Entretanto, percebe-se nesta mesma definição um campo obscuro em relação ao que é necessário para que o turismo aconteça, pois “sair de seu local de residência habitual” não define bem o espaço físico necessário a ser percorrido pelo indivíduo que pratica o turismo. Residência habitual pode significar o apartamento, a rua, o bairro, a cidade, ou outro lugar que possa ser chamado de “minha casa” por uma pessoa. Contudo, a definição de Turista da própria OMT, já citada na página 43, esclarece que a “residência habitual” se refere a uma localidade, ou seja, a uma cidade, ou um município, como mostra o trecho a seguir: “*Toda pessoa sem distinção (...) que ingresse no **território de uma localidade diversa daquela que tem residência habitual (...)***”. (OMT apud IGNARRA, 2003, p.14. **Grifo nosso**).

A necessidade desse deslocamento espacial vem sendo questionada por alguns autores do campo, na atualidade, que propõem uma análise do turismo como uma experiência, ressaltando seus aspectos subjetivos. Pode-se citar neste grupo Panosso Netto que define: “(...) o turismo é um fenômeno de experiências vividas de

maneiras e desejos diferentes por parte dos serem envolvidos, tanto pelos turistas como por parte dos empregadores do setor” (2005, p.30), e também WAINBERG que afirma: “*Não basta, buscar entender o turismo como fenômeno econômico e social sem compreender a dimensão existencial que anima tais fluxos*” (2003, p. 14), além de Jafar Jafari para quem “o turismo é o estudo dos mundos ordinário e não ordinário e sua relação dialética” (1995, p. 16).

Dentro das dimensões subjetivas do turismo, pretende-se trabalhar especialmente com o conceito de “experiência turística”. Entretanto, é preciso esclarecer que este conceito ainda não foi suficientemente debatido pelos teóricos do turismo a ponto de ter uma definição amplamente aceita pelo campo. Desta forma, pode-se classificar “experiência turística” como um conceito latente, ou seja, um tipo de conceito que pode evocar diferentes imagens e noções para diferentes pesquisadores, não podendo ser observado diretamente. (CAZELLI, 2005).

Para utilizar ou estudar um conceito latente, faz-se necessário que o pesquisador determine quais serão os indicadores observáveis de sua manifestação e procure identificá-los e analisá-los (COIMBRA, 2005), para se aproximar do objeto final, neste caso, a experiência turística.

Entre os teóricos do turismo encontrou-se o termo “experiência turística” utilizado na obra de Alexandre Panosso Neto *Filosofia do Turismo: teoria e epistemologia*. O autor afirma que o turismo é uma experiência vivenciada não só durante a viagem, mas também antes e depois dela (Ibid, 2005). Entretanto, não há maiores detalhes sobre do que se compõe essa experiência, ou como ela se caracteriza. O autor também não faz nenhuma ligação entre a experiência turística e a experiência de visita a um museu.

Um dos poucos autores que utilizou o termo “experiência turística” ligado aos museus é Michael Zins. A apresentação de seu estudo ocorreu em 2008, durante a Conferência Anual do Comitê para Ações de Educação e Cultura (CECA) do Conselho Internacional de Museus (ICOM). Contudo, a abordagem utilizada por Zins privilegiou o turismo enquanto uma experiência de consumo. O autor adaptou conceitos utilizados no marketing para a satisfação do cliente e assim, delineou o “ciclo da experiência turística”:

Na primeira fase, o turista considera as diferentes opções de estadia e está à procura de informação. Em segundo lugar, a sua escolha se volta para um destino, planeja

mais em detalhes a estadia e efetua a reserva da hospedagem. Uma vez no lugar, o turista entra na fase de realização da sua experiência e ao regressar, compartilha as suas impressões e recorda-se da sua estadia e, ao mesmo tempo, já antecipa sua próxima viagem. (ZINS, 2009, não publicado. Tradução nossa).

O viés adotado por Zins não se encaixa na proposta desta pesquisa, pois o autor enfatiza o compromisso com a satisfação do “cliente”, no caso, os turistas que visitam museus, recomendando que: *“Se um museu quer inscrever-se nesta nova tendência centrada na oferta de uma verdadeira experiência, mais que uma simples visita, deve gerir esta experiência e montar uma verdadeira mise en scène (encenação)”*. (Ibid, 2008, não publicado. Tradução nossa).

Embora a encenação seja um importante instrumento na comunicação com o público dos museus, acredita-se que as diferentes instituições devem buscar suas próprias formas de envolver o visitante e proporcionar-lhe uma experiência de visita diferenciada.

Desta forma, buscaram-se outros indicadores da experiência turística, mais adequados a esta pesquisa. Para entender como foram designados esses indicadores e o que eles significam, é preciso ter em mente que a presente pesquisa não busca entender o turismo enquanto uma forma de deslocamento espacial, mas sim entender como um museu, no caso o MAO, pode proporcionar aos seus visitantes uma experiência comparável a uma viagem, à experiência de um turista.

Essa busca remeteu a questões subjetivas da relação Homem/Espaço, encontradas no trabalho de Zygmunt Bauman, sociólogo polonês da atualidade. O autor apresenta uma visão interessante da oposição “perto” “longe” pertinente para este estudo.

Perto (...) é um espaço dentro do qual a pessoa pode sentir-se à vontade, um espaço no qual raramente a gente se sente perdido, sem saber o que dizer ou fazer (...). Longe é um espaço que se penetra apenas ocasionalmente ou nunca, no qual as coisas que acontecem não podem ser previstas ou compreendidas (BAUMAN, 1999, p. 20).

Dessa forma, o autor mostra que o termo “distância” não é um dado objetivo, pessoal ou físico, mas sim um produto social.

Outro autor que colaborou para esta parte da pesquisa foi Gilberto Velho (1978). Em seu texto *“Observando o Familiar”*, o autor afirma que nas grandes cidades os diferentes grupos sociais desenvolvem diversas relações com o espaço.

O que influencia essas relações não é só a distância física, mas também a “distância social” e a “distância psicológica”. A “distância social” é definida como: *“Grupos que coexistem em um espaço físico relativamente pequeno, mas desenvolvem relações muito distintas com este espaço (...)”*. A “distância psicológica” é da mesma natureza da “distância social”, porém, ocorre entre indivíduos”. (VELHO, 1978, p.38).

A partir desse entendimento, foram estabelecidos dois parâmetros de sensações e/ou emoções para investigar a experiência turística dentro do MAO: o encantamento e/ou o estranhamento. Por meio da identificação desses dois fatores nos depoimentos dos visitantes, buscou-se caracterizar suas experiências como turísticas. Por oposição a esses fatores, haveria a falta de encantamento e/ou estranhamento, a banalidade, apontando para uma experiência rotineira, com poucos impactos afetivos e cognitivos sobre o visitante. Esse tipo de visita seria o equivalente ao chamado “turismo *fast food*”, conforme descreve Brian Goodey: *“não se aproveita nada do lugar: ele é consumido tão rapidamente quanto um hambúrguer ou um milkshake. Tudo isso leva a um adormecimento de nossa experiência vivencial do lugar (...)”* (2002, p. 133).

Outro termo do campo do turismo a ser esclarecido é o chamado Turismo Cultural, uma vez que o estudo trata de um museu, equipamento cultural por excelência, e de suas possibilidades enquanto atrativo turístico. Turismo Cultural é o nome dado a uma modalidade de turismo em que *as “atividades desenvolvidas por viajantes têm como principal motivação o contato com manifestações históricas e culturais de uma determinada população”*. (MOLETTA, 2004, p.11).

As trocas culturais que podem ocorrer entre os turistas e destes com os moradores, são momentos propícios para a quebra de preconceitos e para o entendimento entre diferentes povos. Entretanto, é preciso salientar que em outras modalidades, como o turismo de negócios, de saúde ou de eventos, também podem acontecer trocas socioculturais significativas e os museus são procurados por diversos tipos de turistas. Assim, pode-se dizer que todas as formas de turismo são culturais, ou possuem uma dimensão cultural.

Para o turismo cultural especificamente, os museus são uma rica fonte de atrativos, onde os agentes turísticos dispõem de um patrimônio cultural e natural organizado e interpretado para o desfrute dos clientes, os turistas.

O potencial do MAO para essa atividade é reconhecido pelos visitantes, conforme mostram dois registros do Livro de Sugestões:

Estou visitando BH há cinco dias. Iniciei minha viagem pela Agência CVC / Porto Alegre. Sugiro que sejam enviadas informações para a CVC trazer seus “clientes” aqui nessa imperdível visita. (Mariana Tereza Santana, 20/02/2009).

Deveria fazer parte do roteiro de visitas de BH por parte das agências de viagem. (Marise Valentim Aquino, 26/02/2009).

É importante frisar que a relação museus/turismo não deve se limitar às operações de troca de produtos e serviços. As duas áreas possuem mais semelhanças do que pode ser apreendido por um olhar superficial. Sabe-se, por exemplo, que a museologia inicialmente foi delimitada aos aspectos práticos dos museus; o estudo do turismo, por sua vez, também começou pela identificação e operacionalização dos componentes necessários ao movimento das viagens. Entretanto, assim como a museologia ampliou seu campo de atuação, buscando se afirmar como ciência independente, com teoria e metodologia próprias, o turismo começa a se configurar como uma área de conhecimento com identidade própria: “*O estudo do turismo, a turismologia, que poderá em algum momento vir a ter status de ciência, vem sendo responsável pelos estudos científicos de turismo – e sempre tendo por base uma abordagem pluridisciplinar*”. (BARRETO, 2001, p. 8). Acredita-se que a história da museologia deve servir de inspiração para que os estudiosos do turismo aprofundem seus conhecimentos.

Ainda sobre as discussões conceituais em torno da museologia e do turismo e como eles se encaixam no mundo científico, pode-se citar a obra de Abram Moles: “*Ciências do Impreciso*”, termo formulado pelo autor para abrigar:

(...) conjuntos de conhecimentos que, permanecendo perfeitamente operacionais no nível do pensamento e da criação, possuem definições bastante vagas e que não é útil que sejam precisadas abusivamente, pois uma definição estreita demais evacua seu valor heurístico e, de fato, os esvazia de seus conteúdos. (MOLES, 1995, p. 51-52).

Encontra-se também em textos relacionados à museologia, a preocupação com a experiência proporcionada aos turistas e suas consequências: “*Por meio desta relação contraditória de aproximação e afastamento, o turista ‘conhece’ e elabora sua experiência, reconstrói sua memória afetiva*”. (SCHEINER, 2000, p. 121).

Davallon, outro teórico da museologia, chega a comparar a visita à exposição

a uma experiência de peregrinação, pois ambas são para ele “*um caminhar com excepcional significado*”. (DAVALLON, 2006, p. 145).

Pode-se perceber, portanto, que a museologia e o turismo têm mais aspectos em comum do que a necessidade de preservar os bens naturais e culturais com o objetivo de valorizá-los e expô-los ao público. Existe uma dimensão subjetiva, que toca o interior dos indivíduos, na qual as duas áreas também podem se encontrar.

A partir do levantamento de conceitos relativos ao campo dos museus e ao campo do turismo, percebe-se a necessidade de uma relação de parceria entre as duas áreas de conhecimento para o alcance de objetivos comuns, conforme sinalizam Studart e Valente “*(...) os museus (assim como o turismo) têm uma missão cultural de ampliar a visão de mundo das pessoas, de estimular o multiculturalismo, o respeito entre diferentes culturas, divulgar conhecimentos novos e antigos, promover a inclusão cultural*”. (2006, p. 107).

Por fim, faz-se necessário mencionar a contribuição da matemática aplicada<sup>11</sup>, mais especificamente da estatística<sup>12</sup>, para a tabulação dos resultados do Observatório de Museus e Centros Culturais e, também, das questões objetivas do Roteiro de Entrevistas utilizado neste trabalho.

O diálogo de diversas áreas de conhecimento como a museologia, o turismo, a psicologia, a comunicação e a matemática aplicada buscou proporcionar uma visão mais ampla e menos fragmentada da relação entre o MAO e seus visitantes. A integração de saberes em favor de um entendimento mais completo da realidade vem se manifestando como um novo paradigma, que tomou forma na segunda metade do século XX e que se faz cada vez mais presente em diversas áreas do conhecimento. Trata-se da visão holística de mundo, que afirma a necessidade de “*(...) se perceber o real como um todo integrado e não como a mera soma de suas partes*”. (SCHEINER, 2000, p. 115). Espera-se que o próximo capítulo, que trata do contexto em que se desenvolveu a pesquisa, e os resultados posteriormente apresentados, possam refletir o esforço empreendido nessa direção.

---

<sup>11</sup> A matemática aplicada é um ramo da [matemática](#) que trata da aplicação do conhecimento matemático a outros domínios. Entre as aplicações está a estatística. (BABBIE, 1999).

<sup>12</sup> Ramo da matemática aplicada que utiliza teorias probabilísticas para explicar a frequência de fenômenos ou eventos. (BARBETTA, 2007).

## **CAPÍTULO 2**

### **A PRAÇA, O MUSEU E A EXPOSIÇÃO PERMANENTE**

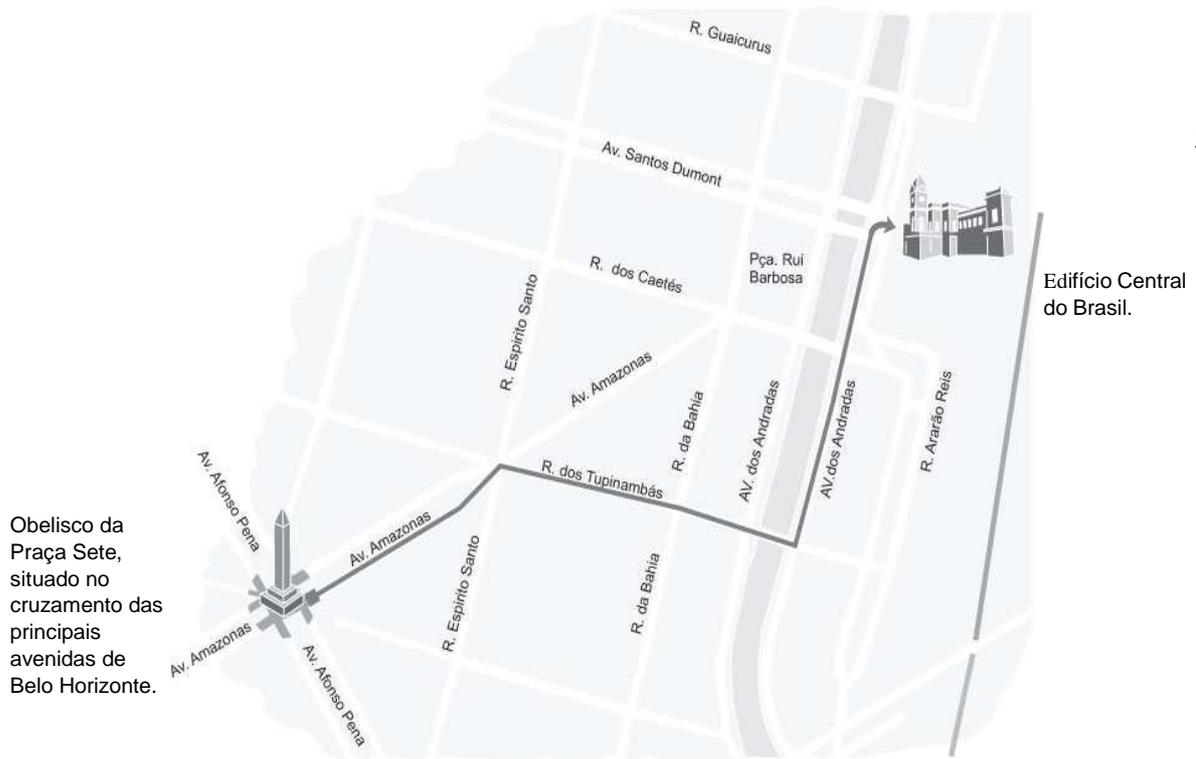
## 2 A PRAÇA, O MUSEU E A EXPOSIÇÃO PERMENTENTE

Este capítulo pretende apresentar o contexto em que se desenvolveu a pesquisa. A abordagem é importante não só porque se trata aqui de um estudo de caso, mas também porque traz informações essenciais para a compreensão das relações hoje estabelecidas entre o MAO e os moradores de Belo Horizonte.

Para falar sobre o Museu de Artes e Ofícios na atualidade, é imprescindível conhecer o processo de formação do próprio museu, e a história do espaço onde ele se instalou: Praça da Estação, na cidade de Belo Horizonte, capital de Minas Gerais. Essa necessidade se impõe não só pelas diversas transformações físicas e socioculturais ocorridas na Praça, visto *que “o espaço urbano não se delinea de maneira aleatória”* (PAIVA, 1995, p. 67), mas segundo um conjunto de circunstâncias e condições históricas que se confrontam e/ou se combina com interesses e forças sociais, políticas e econômicas. Mas também para entender como os equipamentos culturais, em especial os museus, podem contribuir para a manutenção da memória urbana, conforme recomenda Waldisa Rússio:

(...) utilizar determinados equipamentos, ou determinadas edificações, ou contextos, dando a eles usos e funções que não sejam desvirtuadores (...). O uso novo não elimina o testemunho antigo que eventualmente você está preservando. (...) tentar a utilização revitalizadora de espaços urbanos já construídos. (RÚSSIO, 1984, p. 78).

A Praça da Estação situa-se no hiper-centro da capital mineira, como nos mostra o mapa abaixo, onde se destacam: o Obelisco da Praça Sete, principal marco do centro de BH (à esquerda), e a Estação Ferroviária Central do Brasil (à direita), um dos prédios onde hoje está o Museu de Artes e Ofícios.



Mapa 1: Hiper-Centro de Belo Horizonte.

Fonte: <http://www.mao.org.br>. Acesso em 12 de setembro de 2008.

Além dos edifícios Estação Central do Brasil (destacado no mapa) e Estação Oeste de Minas (não aparece no mapa), outras construções arquitetônicas marcantes na Praça são os antigos galpões ferroviários, na Rua Aarão Reis, que hoje abrigam o escritório regional do Ministério da Cultura e a Estação Ferroviária para embarque de passageiros no trem que liga BH à Vitória, ES.

Para contar a história da Praça da Estação e entender como o MAO se insere dentro dela, três etapas serão trabalhadas:

A primeira etapa relata a fase de construção e inauguração da Praça, no início do século XX, e sua posterior decadência, até o fim da década de 1970.

A segunda etapa inicia-se na década de 1980, com ênfase no ano de 1981, quando o conjunto arquitetônico da Praça da Estação posto sob ameaça de demolição, tornou-se alvo de defesa de movimento preservacionista na cidade. Os embates, debates e decisões dessa fase se estenderam até o ano 2000.

Já a terceira etapa é marcada pela instalação do Museu de Artes e Ofícios, pela reforma da Praça, realizada pela Prefeitura Municipal, e pela implantação da Linha Verde, projeto do Governo do Estado.

## 2.1 PRIMEIRA FASE: DA INAUGURAÇÃO À DECADÊNCIA

Belo Horizonte foi uma cidade planejada, no contexto da recém-proclamada República, para ser a nova capital de Minas Gerais, substituindo a colonial Ouro Preto, e onde viveriam 250 mil habitantes. No ano de 1897 deu-se sua inauguração, com o traçado quadriculado inspirado nas cidades de Washington e Filadélfia e suas largas avenidas à moda de Paris. (FREIRE e MACHADO, 1998).

O principal meio de transporte na época da construção da cidade era o trem. O ano de construção da primeira estação ferroviária, que deu nome à Praça, foi 1894. Porém, o prédio, em estilo eclético, logo foi visto como insuficiente e antiquado em relação ao progresso que a nova capital mineira apresentava. Desta forma, em 1919 foi derrubado, para dar lugar a dois novos prédios, inaugurados no início da década de vinte:

- Edifício Oeste de Minas, que ligava Belo Horizonte ao interior do estado;
- Edifício Central do Brasil, que ligava a cidade a outras capitais do país.

Em 1923, a Praça ganhou seu nome oficial, Praça Rui Barbosa, em homenagem ao importante jurista brasileiro que havia falecido. Porém, os habitantes da cidade ainda hoje não demonstram familiaridade com este nome e a chamam de Praça da Estação. Este fato foi confirmado por um dos entrevistados:

Entrevistadora - Você acha que os seguintes fatores influenciam a visita ao museu?

*Divulgação da programação;*

**Entrevistado – (...) eu perguntei para um dos seguranças do Mercado Central: “como eu faço para ir ao Museu de Artes e Ofícios?” Ele disse: “Não sei”. “Onde é a Praça Rui Barbosa?”, ele não sabia. “Onde é a Praça da Estação Central?” Aí ele sabia. Então, não é aquela coisa que todo mundo conhece.**

Pode-se dizer sobre a Praça da Estação que, por um lado, trata-se de um espaço público caracterizado pelo: “(...) *livre acesso, físico e simbólico, constituindo nós articuladores para a multifuncionalidade dos territórios, conferindo-lhes urbanidade, espaços comuns de múltiplos usos*”. (LOPES, 2008, p.130). Por outro lado, a Praça se constituiu como um espaço planejado, e como tal, construído “(...) *de acordo com o modo de produção dominante, numa mescla de conhecimento técnico-científico e ideologia*”. (Ibid., p.131). Assim, podemos entender a reforma paisagística feita em 1924, que incluiu a construção de jardins, caramanchões,

instalação de quatro esculturas representativas das estações do ano, entre outras intervenções que remetiam ao estilo dos jardins franceses, os quais, nessa época, eram tidos como exemplo de elegância, “bom gosto” para as elites brasileiras.

Durante as entrevistas pôde-se perceber que a primeira fase da Praça da Estação se faz presente ainda hoje na relação entre os moradores de BH e o MAO. Pois, alguns deles chegaram à cidade por trem e, portanto, os edifícios da Estação Central e da Estação Oeste de Minas fazem parte de sua própria história, como lugares de embarque e desembarque de passageiros. Uma dessas pessoas é a entrevistada nº 19, que nasceu em 1939 e chegou para morar em BH, ainda criança:

**Eu nasci em Salvador, quando eu cheguei a BH eu desci nessa estação, ela faz parte da minha vida, eu era pequena.**

Entretanto, com a instalação da sede do Governo do Estado na Praça da Liberdade (região centro-sul da cidade), e os investimentos públicos na malha rodoviária, a partir dos anos sessenta, a Praça da Estação, mesmo situada no centro da capital, passou de “espaço público central” para “espaço público periférico”, conforme a caracterização de Lopes:

(Os espaços públicos centrais) tendem a associar-se aos lugares de concentração de poder, de forte visibilidade e normalmente fundadores da imagem hegemônica da cidade. (...) Os espaços públicos periféricos tendem a escapar às fachadas e à visibilidade, fluindo na vida cotidiana como lugares intersticiais, negociados e experimentados muitas vezes de forma agonística. (Ibidem, 2008, p.131).

Essa mudança de status pode ser observada com a diminuição do próprio espaço físico da Praça, que começou a ser mutilada para favorecer a circulação dos carros. Seus jardins passaram a sofrer depredações, o que acarretou a transferência das obras de arte que os adornavam para outros locais mais seguros, como os jardins do Palácio da Liberdade, sede do governo do Estado. (MIRANDA, 2007).

Ao longo do tempo o local sofreu várias modificações, sob a justificativa de se tornar cada vez mais “útil”, servindo às necessidades práticas da capital. Embora tenha sido, desde o início da ocupação da cidade, o principal local de chegada e saída das pessoas na nova capital de Minas Gerais, o cartão de visitas de Belo Horizonte<sup>13</sup>, pode-se perceber que os moradores desenvolveram com ela uma relação muito permeada pela funcionalidade cotidiana. Parece que a beleza

---

13 Fonte: [http:// www.mao.org.br](http://www.mao.org.br). Acesso dia 03 de julho de 2007.

paisagística da Praça da Estação não era suficiente para fazer dela um local de lembranças afetivas na vida dos belo-horizontinos, mas sim um componente do que Ecléa Bosi chama de “memória-hábito”, aquela que se constitui de ações e elementos que o corpo utiliza no cotidiano, quase automatizadas (2003).

Naquela época (décadas de sessenta e setenta), a idéia de patrimônio cultural, sempre determinada pelo Estado, estava ainda fortemente vinculada à materialidade. No âmbito nacional havia sido criado o Serviço de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN) que, comandado por Rodrigo Melo Franco de Andrade de 1937 a 1968, colocou em prática, principalmente por meio do tombamento, ações de preservação do patrimônio que procuravam valorizar exemplares arquitetônicos como referências da identidade brasileira. Em Minas Gerais, encontra-se o tombamento expressivo de núcleos urbanos do século XVIII, igrejas barrocas, edificações que abrigaram órgãos do Estado e de elementos que representavam a herança portuguesa deixada no Brasil, especialmente no casario colonial. Surgida em época posterior e com outras características, Belo Horizonte ficou fora do alcance das ações de proteção do patrimônio arquitetônico e urbanístico daquele momento. As escolhas, do que deveria ou não representar a cultura e a História do Brasil, “*procuravam eternizar certos exemplos de conduta de uma classe, de uma época, de um estilo de vida glamourizado pelo passado que não volta mais*”. (SCHEINER, 2004, p. 133). Excluía-se desta forma, representações culturais de outros segmentos sociais, os trabalhadores braçais, por exemplo, que não correspondiam aos modelos escolhidos pelas classes dominantes e pelas elites intelectuais brasileiras.

No caso dos edifícios que hoje abrigam o MAO, pode-se inseri-los no chamado Patrimônio Industrial, que se compõe, prioritariamente, da “*arquitetura industrial das usinas, das estações, dos alto-fornos, reconhecida primeiramente pelos ingleses nos anos sessenta*”. (CHOAY, 2001, p. 127). Hoje essa categoria de patrimônio é reconhecida internacionalmente, porém ainda não é devidamente valorizada no Brasil.

## 2.2 SEGUNDA FASE: A AMEAÇA DE DEMOLIÇÃO E A REAÇÃO PRESERVACIONISTA

Em decorrência do processo descrito acima, na década de 1980 os edifícios da Praça da estação encontravam-se muito depredados. A Praça abrigava um estacionamento de automóveis, servia como oficina mecânica informal e acolhia moradores de rua. O estado de abandono era observado em diversos tipos de equipamentos urbanos da época industrial que perderam ou sofreram reduções em sua função original. “*O esquecimento, o desapego, a falta de uso faz com que (os equipamentos) sejam deixados de lado e abandonados*”. (Ibid., 2001, p. 26).

A criação da Região Metropolitana de Belo Horizonte proporcionou um crescimento populacional exagerado e uma demanda crescente por transporte público para atender a grande massa de trabalhadores que se deslocavam da periferia para o centro da cidade. A solução encontrada pelos órgãos responsáveis (Empresa Brasileira de Planejamento de Transportes, Companhia de Transportes Urbanos na Região Metropolitana de Belo Horizonte e Empresa Brasileira de Transportes Urbanos)<sup>14</sup> foi a demolição de todo o conjunto arquitetônico da Praça da Estação para a implantação de vários terminais de ônibus integrados à uma grande estação de metrô metropolitano.

Entretanto, nessa época, as manifestações políticas contra a ditadura militar já haviam escolhido como ponto de concentração a Praça da Estação o que fez com que alguns segmentos sociais voltassem seu olhar para aquele local. Quando a ameaça de demolição tomou forma, para, mais uma vez, favorecer o transporte urbano provocou reações de vários setores ligados à preservação do patrimônio.

Liderados pelo Departamento de Minas Gerais do Instituto dos Arquitetos do Brasil, representantes políticos, técnicos do poder público e líderes da sociedade civil realizaram o Primeiro Encontro pela Revitalização da Praça Rui Barbosa, em 1981. O evento procurou definir políticas e diretrizes para a preservação do conjunto arquitetônico e culminou na publicação do documento final: “Praça da Estação: origem e destino”. Essa manifestação conseguiu impedir que a demolição do conjunto arquitetônico da Praça fosse realizada. (MIRANDA, 2007).

Em âmbito nacional, a então Secretaria do Patrimônio Histórico e Artístico

---

14 Siglas: GEIPOT / METROBEL / EBTU.

Nacional (SPHAN), acoplada à Fundação Nacional Pró-Memória e dirigida por Aloísio Magalhães de 1979 a 1982, reformulava, em parte, sua visão de patrimônio. Outras referências como saberes, fazeres, celebrações e lugares presentes no cotidiano de comunidades e grupos sociais deveriam ser reconhecidos como bens culturais legítimos e tão merecedores de proteção e apoio quanto os exemplares de nossa arte e arquitetura de séculos passados. O novo conceito de patrimônio cultural valorizando a participação da sociedade foi definitivamente reconhecido no texto constitucional de 1988:

Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

I - as formas de expressão;

II - os modos de criar, fazer e viver;

III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas;

IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

§ 1º. O Poder Público, com a colaboração da comunidade, promoverá e protegerá o patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, e de outras formas de acautelamento e preservação. (BRASIL / Constituição de 1988).

Apesar de a maior abrangência da lei, a visão predominante do patrimônio que se disseminava ainda o colocava como *“algo que fixa, ou possibilita a idéia de permanência”* (SCHEINER, 2004, p. 34), a fim de representar e lembrar os elementos que constituem as identidades e as origens de uma sociedade ou de um grupo.

Na cidade Belo Horizonte de 1987, o metrô de superfície passou a funcionar tendo nos edifícios Estação Central do Brasil e Estação Oeste de Minas o principal ponto de parada. A fim de atender a essa nova função, os interiores dos prédios passaram por grandes mudanças e os salões em estilo eclético tiveram suas características *“neutralizadas”* para servirem como escritórios dos funcionários do metrô. Identifica-se então o processo descrito por Choay como uma *“curetagem”*: *“Nesse caso, resta apenas uma casca vazia de seu conteúdo (...) procedimento inadmissível quando se resume ao sacrifício das estruturas e do ambiente interno de*

*um edifício*". (2001, p.75).

Finalmente, em decorrência da mobilização sociopolítica do I Encontro pela Revitalização da Praça Rui Barbosa, ocorrido em 1981, o Conjunto Arquitetônico da Praça foi tombado pelo Instituto Estadual de Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais (IEPHA-MG), em 1988.

A despeito de todos os compromissos assumidos pela ação de tombamento, muito pouco foi feito pela conservação e valorização da Praça da Estação. Pois, como nos fala Choay, "(...) *mesmo combinada com medidas penais, uma lei não basta. Hoje isso é patente. A preservação dos monumentos antigos é, antes de tudo, uma mentalidade*". (Ibid., p. 249). Assim, a região continuou a ser sinônimo de sujeira, prostituição, delinquência juvenil e outros pequenos crimes, como roubos e assaltos a pedestres. Isso se refletiu intensamente no patrimônio edificado. Entre as agressões mais graves pode-se citar a depredação de duas estátuas femininas: as Ninfas das fontes desativadas em 1996.

Percebe-se que a pressão de pessoas ligadas ao patrimônio e o reconhecimento do poder público impediram a demolição dos edifícios. Porém, não tiveram fôlego para mudar a realidade degradante em que a Praça se encontrava. O que ocorreu foi a preservação material do patrimônio, porém não uma "*vivência patrimonial*". (SCHEINER, 2004, p. 125).

Em 1998, o Conjunto Urbano da Praça da Estação foi tombado pela Prefeitura Municipal, que realizou concursos para escolher um projeto arquitetônico que promovesse a requalificação do espaço. Os projetos propostos já apresentavam preocupações não só com a preservação do espaço físico, mas principalmente com as intervenções arquitetônicas e paisagísticas que facilitariam o convívio social e as práticas culturais populares. Percebe-se, portanto o objetivo de desenvolver no espaço planejado as características do que Lopes chama de "espaço emotivo", ou "imprevisto" que "(...) *se constituem no e pelo movimento, através de táticas e ocasiões, usos e apropriações que exercitam um conhecimento propriamente prático sobre o mundo e suas coordenadas*". (LOPES, 2008, p. 130-31). Apesar de ter recebido várias propostas urbanísticas e arquitetônicas e premiado algumas delas, o poder público municipal não chegou a implementá-las.

A fase de decadência da Praça ainda está muito presente na memória dos que a vivenciaram e se reflete como um aspecto negativo na relação museu-

visitante, como foi dito por este entrevistado:

Entrevistadora - Você acha que os seguintes fatores influenciam a visita ao MAO? Positivamente ou negativamente?

*Violência urbana;*

**Entrevistado nº27 – (...) a Praça foi um lugar que abrigava crianças de rua, morador de rua, talvez isso possa, no imaginário, ser um dificultador para a pessoa vir ao museu.**

### 2.3 TERCEIRA FASE: NOVAS PERSPECTIVAS

No ano 2000 foi divulgado o projeto do Instituto Cultural Flávio Gutierrez (ICFG)<sup>15</sup> para a instalação de um museu sobre o trabalho no Brasil nos prédios da Estação Central do Brasil e Oeste de Minas. As duas edificações pertencem à Companhia Brasileira de Trens Urbanos (CBTU), mas foram cedidas em regime de comodato ao ICFG por trinta anos.

A escolha do local para montar o museu levou em consideração o tamanho do acervo e a acessibilidade ao grande público. Só fazia sentido um museu com peças que relatam parte da história do trabalho brasileiro, se este museu pudesse ser de fácil acesso à maioria da população trabalhadora de Belo Horizonte. A localização na Praça da Estação veio atender a esta consideração.

Assim que as primeiras negociações com a CBTU se concretizaram, o ICFG se viu com um enorme desafio nas mãos. Além do patrimônio edificado a ser recuperado, pesava a responsabilidade de transformar uma coleção privada em patrimônio público que representasse parte da história do trabalho brasileiro.

Consciente da complexidade do trabalho museológico a ser realizado, o ICFG organizou e promoveu três Seminários de Capacitação Museológica ao longo do ano de 2002, abrindo-se para o diálogo com diferentes segmentos das áreas pública e privada que hoje participam das iniciativas culturais: instituições governamentais, especialistas em museologia, mídias, organizações não governamentais, entre outros.

Os Seminários se dividiram em: Programa Museológico - princípios, metodologia de trabalho (17 a 19 de maio); Conceito Museológico e Salvaguarda Patrimonial (22 a 24 de agosto) e Programas de Comunicação - exposição,

---

<sup>15</sup> Organização Não-Governamental sem fins lucrativos, que já havia implantado o Museu do Oratório, em Ouro Preto, MG em 1998.

educação e avaliação (24 e 25 de outubro). Os temas foram abordados por cerca de cinquenta profissionais, do Brasil e do exterior, atraindo mais de 250 pessoas, número limitado pela capacidade dos auditórios. (ICFG, 2004).

Entre todos os aspectos discutidos e relatados pelo documento final, percebe-se que o mais interessante foi o evento em si, pois um museu que se abre para ser discutido ainda durante sua gestação não é um exemplo comum na realidade dos museus brasileiros. Vale ressaltar que ficou patente “*a existência de uma demanda reprimida pela profissionalização nesta área. A museologia foi vista como uma arte e um ofício trabalhados como o primeiro objeto de investigação do MAO*”. (ICFG, 2004, p. 15). Desta forma, percebe-se que, mesmo antes de abrir suas portas, o MAO já contribuía com o crescimento do campo museológico.

Entre as ações mais importantes realizadas pela equipe do ICFG está também a restauração dos bens móveis e integrados. Durante mais de quatro anos, profissionais de diversas áreas, comandados pelo Grupo Oficina de Restauo, trabalharam nos prédios da CBTU e resgataram mais do que pinturas, apliques, vitrais, pisos e gradis. O que ocorreu foi a recuperação de uma memória que estava sufocada, muitas vezes por seis camadas de tinta e muito descaso. Entretanto, nem tudo pôde ser trazido à tona. A equipe optou por não fazer reconstituições imitando o que havia se perdido, seguindo o que se tem hoje como diretriz para as intervenções em monumentos e edifícios históricos: “*Uma vez admitido o princípio da restauração, esta deve adquirir sua legitimidade. (...). Ele (o trabalho de restauração) não deve, em nenhuma hipótese, passar por original*”. (CHOAY, 2001, p. 166).

Outro aspecto importante no trabalho dos restauradores foi o diálogo com a comunidade. Os serviços de atendimento aos usuários do metrô continuaram a ser feitos nos edifícios que hoje abrigam o MAO, pois a nova estação, ao lado, ainda não estava pronta. Desta forma, as pessoas que passavam pelos prédios da Estação Central do Brasil e Estação Oeste de Minas testemunhavam o trabalho da equipe, participavam das emoções cotidianas, pois a cada dia uma nova descoberta era feita. Faziam perguntas, comentavam o projeto de instalação do museu, enfim, começavam a entender as consequências do abandono daquele patrimônio e como ele poderia ser de novo inserido na vida da cidade. Hoje algumas dessas pessoas são visitantes do Museu de Artes e Ofícios:

Entrevistadora - Como você soube do MAO?

**Entrevistado nº 6 – Eu sempre morei em BH, acompanhei a recuperação do prédio, que é muito bonito e estava abandonado.**

O projeto de adaptação dos edifícios buscou a “*articulação do espaço construído, que se baseia na harmonização dos elementos construídos entre si e com seu contexto*”. (Ibid., p. 243). Essa linha de pensamento ampliou o espaço da exposição permanente para as antigas plataformas ferroviárias onde passam o metrô, os trens de carga e o trem de passageiros, que liga BH a Vitória (ES). Além disso, a colocação de vidros transparentes permite a visão externa para quem está dentro da exposição e a visão interna para quem está fora, nas atuais plataformas do metrô.

Assim, o MAO continua mantendo uma relação com a história dos edifícios que o abrigam. Esta história foi contada com a exposição temporária *Trilhos da Memória*, realizada em 2000, quando foram concluídas as restaurações do Edifício Central do Brasil. Atualmente as informações são disponibilizadas em dois computadores multimídias instalados na recepção do museu.

Além da restauração dos prédios que hoje abrigam o MAO, é preciso falar também da requalificação do seu entorno, especialmente da reforma da Praça, realizada pela Prefeitura Municipal, entre 2003 e 2004. Restaurada e renovada, a Praça da estação passou a atrair mais freqüentadores que vêm usufruir sua ambiência agradável. O espaço ganhou em segurança e limpeza, o que favorece os diversos eventos populares lá realizados e, por conseqüência, a imagem do museu.

De sua parte, o Governo do Estado de Minas Gerais contribuiu para a melhoria da circulação de veículos e pedestres por meio do projeto Linha Verde. Iniciado em 2005 se configura como um complexo conjunto de intervenções viárias em Belo Horizonte e região metropolitana. A primeira etapa do projeto visou a organização, sinalização e ampliação das vias na região da Praça da Estação<sup>16</sup>, o que melhorou o acesso de veículos e pedestres ao museu.

Essas mudanças promovidas pelo poder público favoreceram a relação museu - visitante, principalmente para aquelas pessoas que vivenciaram a Praça antes e depois de sua última reforma:

---

16 Site consultado <http://www.linhaverde.mg.gov.br> acesso em 10 de março de 2009.

Entrevistadora - Você acha que os seguintes fatores influenciam a visita ao MAO? Positivamente ou negativamente?

*Violência urbana;*

**Entrevistado nº 15 – Não, hoje mesmo eu fiquei na Praça, a gente tem notícias que a Praça tem a Guarda Municipal, está mais bem tratada. Teve uma época que era horrível passar por aqui, hoje eu não sinto isso.**

Acredita-se que, a partir da implantação do MAO, a Praça da Estação ressurgiu com novos atributos e funções, deixando de ser uma “*marca anacrônica da herança industrial*” (Ibid., p. 220), para se tornar um recurso urbano de desenvolvimento e qualidade de vida, sem excluir segmentos mais pobres da população. Nela circulam moradores de rua, trabalhadores, famílias, namorados, crianças e nela acontecem eventos de grande concentração popular como shows, manifestações civis, celebrações festivas e religiosas.

O fato da instalação do museu ter sido a primeira etapa para a recuperação da Praça da Estação faz com que os moradores da cidade vejam o MAO como uma espécie de sede principal da Praça. Eles acreditam que a manutenção e gerência do espaço externo acontecem a partir do MAO, sendo que, na realidade isso é responsabilidade da Prefeitura Municipal. Não é raro um cidadão entrar no museu e perguntar se não é possível ligar as fontes da Praça “por um minutinho”, porque ele vai se casar e quer tirar uma fotografia para o álbum de casamento. Essa identificação do MAO como responsável (ao menos em parte), pelo espaço da Praça da Estação pôde ser percebida em entrevistas, como no exemplo a seguir:

Entrevistadora - Você gostaria de acrescentar alguma informação, opinião ou sugestão sobre essa pesquisa ou sobre o MAO?

**Entrevistado nº 15 – Existia aqui na frente um Lambe-Lambe que eu conversei com ele. Até o ano passado ele estava lá. A minha sugestão não é para o museu, é para passar aos órgãos governamentais, eu não achei essa pessoa aqui. O lambe-lambe já não é original, isso ele me falou, a caixa é, mas por dentro não é. (...) Eu falo como sugestão, eu vi uma reportagem, em alguma cidade do Paraná, onde eles pagam um salário mínimo para pessoas aposentadas que tinham ofícios tipo esse, para eles continuarem como funcionários da Prefeitura, mantendo aquele ofício. No caso do Paraná, era uma forja. Pagava também um aprendiz. Então muitas vezes o visitante chegava e via o fundidor ensinando e o garoto tava aprendendo, fazia a demonstração. Esses são os homens que precisam ter reconhecimento e estão por aí.**

Um dos maiores benefícios ao espaço público, a partir da instalação do museu foi a redução da violência urbana. Conforme demonstra este visitante,

quando questionado sobre a violência no entorno do museu:

**Entrevistado nº 3 – (...) acho que até o museu contribuiu para melhorar isso, ocupou um espaço que estava meio largado. Eu lembro que aqui era até um estacionamento, o prédio estava fechado, hoje com essa ocupação certamente melhorou isso aí.**

Com esse breve relato sobre a História da Praça da Estação e os temas relacionados à implantação do Museu de Artes e Ofícios pode-se compreender algumas falas de moradores de BH, quando perguntados sobre as instalações físicas do museu:

Entrevistadora - Como você avalia as instalações físicas do museu? (recepção, salas expositivas, banheiros, cafeteria, loja, bebedouros, etc.).

**Entrevistado Nº 3 – É um museu que tem o grande privilégio de ocupar esse prédio da estação ferroviária, então o próprio edifício já é uma peça de acervo de certa forma.**

Contudo, faz-se importante também conhecer o espaço onde se concentra a experiência dos visitantes do museu: a exposição permanente.

## **2.4 A EXPOSIÇÃO PERMANENTE**

Será apresentado um estudo sobre a organização dos temas, subtemas e recursos utilizados. O intuito é conhecer melhor o principal veículo de comunicação do MAO e entender como o público visitante o experimenta.

Acredita-se que uma das formas mais eficazes de se explicar ou conhecer um museu é por meio do enunciado de sua missão. Elaborada pelos profissionais da instituição, a missão deve explicitar mais do que a finalidade, o compromisso do museu. Para isso, é necessário o estudo aprofundado do acervo, bem como o das possibilidades e limites da instituição e a colaboração entre os diversos setores do museu.

A missão do Museu de Artes e Ofícios é:

Preservar o acervo das artes e ofícios do período pré-industrial brasileiro e difundi-lo, a partir de mediação capaz de fazer emergir sua dimensão imaterial, provocando, em seus diferentes públicos, a reflexão sobre o saber e o fazer no contexto das relações

do mundo do trabalho<sup>17</sup>.

Para realizar sua missão, o MAO apresenta uma exposição permanente sobre o trabalho pré-industrial brasileiro por meio do acervo com mais de dois mil objetos tridimensionais, a maioria oriunda dos estados de Minas Gerais, Bahia e Goiás. Expõe ainda documentos escritos, textos complementares, vídeos e iconografia representativa de todas as regiões do país.

Por meio das entrevistas foi possível perceber que a exposição permanente do MAO tem colaborado, e muito, com a realização da missão a qual se propõe o museu, como mostra este entrevistado quando perguntado se o MAO está bem divulgado:

Entrevistadora - Você acha que os seguintes fatores influenciam a visita ao MAO? Positivamente ou negativamente?

*Fator Divulgação*

**Entrevistado nº15 – (...) se você me perguntar qual é o (museu do Brasil) “mais magnífico, esplendoroso?” eu já fui, conheço o Museu Imperial, é a Coroa, o Cetro. Mas, pra mim esse aqui é o mais importante, porque ele tem a história de quem fez o Brasil. E ainda tem muita gente fazendo como está aqui no museu. Você anda pelo interior de Minas, isso ainda existe, e Coroa de D. Pedro só tem uma. O que existe, pra mim, e pode ser resgatado, é mais importante, guardadas as devidas proporções, dado o devido valor ao que tem lá, mas pra mim, para as novas gerações, é mais importante do que o Museu Imperial. O estudante, se ele adquirir cultura agora, um dia ele vai ao Museu Imperial e vai ver aquele passado remoto, mas se ele adquirir cultura de hora, na hora em que ele andar lá em Baldim (MG), como eu fui... lá tem ferreiros, ele vai entender o presente, vai dar valor. O filho desse ferreiro falou pra mim: “no dia em que papai morrer eu vou botar fogo nessa porcaria toda aqui.”. Quer dizer, o filho dele não dá valor, então pra mim esse museu tem que ser mais divulgado por isso, valorizar nosso país.**

A partir do conhecimento da história dos edifícios que abrigam o MAO e de sua missão, pode-se dizer que existe a intenção de fazer do museu e de sua exposição “zonas de contato, espaços em que sujeitos que estavam separados no tempo e na geografia têm a oportunidade de se encontrar”. (MENESES, 2007, p. 50). Contudo, essa intenção só é realizada se o visitante concordar em “fazer a viagem”. Viagem esta que pode ser para o tempo a que se refere a exposição (época pré-industrial, especialmente séculos XVIII e XIX), para o tempo de construção dos edifícios (década de vinte do século XX), ou ainda para o tempo do próprio visitante, de sua memória ou imaginação. Algumas dessas “viagens” foram registradas no Livro de

---

17 Disponível em <http://www.mao.org.br>. Acesso em 25 de junho de 2008.

Opiniões e Sugestões do MAO, conforme demonstram os depoimentos escritos do período de janeiro a julho de 2009:

Lindo, maravilhoso é uma viagem pelo tempo. Trarei mais pessoas para conhecer, vale à pena. Parabéns. (Sílvia Murta, 28/03/2009).

Ótimo mostruário da cultura e História Brasileira. Através destas obras podemos viajar ao passado e encontrar no fundo dos nossos sentidos o valor dos nossos antepassados. Parabéns Brasil e BH. (Walleeson, 02/05/2009).

Foi uma viagem às fazendas de meus avós; foi uma viagem á cultura de meu país; foi uma viagem e tanto! (...) tanta coisa bonita, real e emocionante. (Esther Negrão de Lima, 03/05/2009).

Você viaja no tempo sem sair dele... (Dergman e Zeca, 27/06/2009).

Para fazer a viagem dentro do museu o visitante percorre sua exposição permanente que se distribui em duas grandes áreas:

**Prédio A** que contém a Galeria A;

**Prédio B** que contém a Galeria B, o Jardim das Energias, Prédio B Térreo e Prédio B Primeiro Andar.

Os dois Prédios são interligados por um túnel subterrâneo, onde não há acervo, mas foram colocados dois grandes painéis com o título "*Com Quantos ofícios se Faz um Museu?*", contendo os nomes e ocupações de todos os trabalhadores que colaboraram com a implantação do museu.

As peças do acervo foram agrupadas de acordo com sua função e/ou matéria-prima, dando nome ao ofício exposto. Estes, por sua vez, foram agrupados em conjuntos temáticos<sup>18</sup>. Com isso, pretende-se demonstrar a interdependência entre as diferentes ocupações, por exemplo: No Prédio A – Galeria A estão expostos quatro grupos de ofícios: Os **Ofícios do Transporte** tratam do trabalho daqueles que viajavam para levar pessoas e produtos aos diversos lugares do país. Estes trabalhadores necessitavam de equipamentos de **Proteção do Viajante** para chegar aos destinos, onde os trabalhadores do **Comércio**, em especial, os **Ambulantes** revendiam as mercadorias.

O conhecimento sobre a forma de organização do museu vem da experiência da própria pesquisadora como ex-funcionária da instituição. Porém, mais importante do que saber como se apresenta a exposição é trazer autores e teorias que

---

<sup>18</sup> A relação de conjuntos temáticos consta no folder do museu (ANEXO D)

procuram demonstrar as possibilidades e escolhas que determinaram o que é mostrado ao público e como é mostrado. Trata-se de “desnaturalizar” o espaço expositivo, como defende Ulpiano Bezerra de Meneses:

Esse universo material sensorial é tão importante na nossa existência que foi até naturalizado (...) parece que as coisas não precisam de explicação nem de consciência: são naturais. Pelo contrário, são absolutamente artificiais, respondem a valores, a interesses (...) justamente por isso nos convém tomar pé um pouco mais profundidade. (Ibid., 2007, p. 50).

No texto de Martin Scharer “*L’exposition, lieu de rencontre pour objets et acteurs*”, o autor trabalha as Linguagens da Exposição. A partir do conhecimento dos quatro tipos de linguagens expositivas: estética, didática, teatral e associativa<sup>19</sup>, percebe-se no MAO a predominância da linguagem didática, aquela que ressalta as funções originais dos objetos, priorizando o entendimento e o aprendizado pelos visitantes.



Imagem 6: Exemplo de linguagem didática: Objetos relacionados ao Ofício da Rendeira

Entretanto, também existem elementos da linguagem teatral, que privilegia a ambientação e atinge as emoções, fazendo uso de manequins e de cenários, por exemplo. De acordo com HORTA (1991), o uso de manequins caracteriza a forma de exposição temática, com objetos icônicos. Assim, tem-se o chamado “objeto imediato”, aquilo que está presente representando algo (manequim); e o “objeto

<sup>19</sup> A Linguagem Associativa “dá ênfase ao caráter polissêmico do objeto, combinando elementos que não estão juntos normalmente” (SCHARER, 2006, p. 53). É mais comum em exposições de arte moderna e contemporânea. Esse tipo de linguagem não foi utilizado no MAO.

dinâmico”, aquilo que está sendo representado (o trabalhador que utilizava aqueles equipamentos e ferramentas).



Imagem 7: Uso de manequins no Ofício do Carpinteiro de Roda

Podem ser identificados também elementos da linguagem estética que valorizam a forma dos objetos e evocam respeito e distância (SCHARER, 2006). Como no caso do nicho expositivo onde se situa a Balança de pesar Escravos, isolada do público e dos demais objetos por uma porta de ferro com os símbolos dourados do edifício Central do Brasil, com luz direcionada que ressalta ainda mais a forma e os detalhes decorativos da peça.



Imagem 8: Nicho expositivo da Balança de pesar Escravos  
Foto: MAO

Assim, além de representar a escravidão, a Balança de pesar Escravos também chama atenção por sua beleza enquanto objeto:

Entrevistadora - Por favor, diga o que lhe vem à mente quando olha para a foto desses objetos que estão na exposição permanente do museu:

*Foto da Balança de pesar Escravo.*

**Entrevistado nº 8 – Balança de pesar Escravos, como peça é maravilhosa, é bonita, bem trabalhada.**

Outro autor, já mencionado no Capítulo 1, que trabalha com as exposições de museus é Jean Davallon. Em seu texto “Os caminhos da Memória”, são apresentados três elementos que se fazem presentes tanto em uma viagem de peregrinação, como em uma visita a um circuito cultural:

1. Um roteiro programado;
2. A presença de um jogo de suportes;
3. A aquisição de valores pelos visitantes (DAVALLON, 2006).

Nos museus os três elementos são interdependentes e podem variar de acordo com a flexibilidade do circuito expositivo e com a disponibilidade do visitante

em segui-lo. No caso do Museu de Artes e Ofícios não existe um único circuito expositivo. O visitante pode começar por onde quiser e a ordem de visita dos espaços não tem grande influência no entendimento da exposição. Para orientar seus visitantes o museu distribui um mapa da exposição com todos os espaços que podem ser visitados.

Entretanto, foi verificado que alguns visitantes têm dificuldades para seguir o mapa, o que chega a prejudicar a visita, uma vez que eles não percorrem todos os espaços do museu. Conforme foi relatado pelo visitante nº18:

Entrevistadora - Você pretende retornar ao MAO? Por quê?

**Entrevistado nº18 – Sim, com certeza porque a gente vê mais ou menos fica preocupada com horário, não é? Eu acho que eu vi tudo, mas talvez eu não vi, por exemplo, tem uma escada lá que eu não sei se é pra subir, eu não subi.**

Entrevistadora - A senhora chegou a ver a parte da costura, do fogão à lenha?

**Entrevistado – Não.**

Nota-se que a entrevistada não conheceu o primeiro andar do Prédio B, ambiente onde estão os conjuntos de ofícios do Fio e do Tecido e da Conservação e Transformação dos Alimentos.

Em relação aos suportes é importante dizer que as informações textuais e as sinalizações foram planejadas para atender a três diferentes ritmos de visita:

Uma visita mais rápida e superficial, onde o visitante aprecia o espaço, mas não se prende a nenhum elemento específico. Para esse tipo de visita foram colocados painéis de sinalização com a localização e o nome do ofício, visando facilitar o deslocamento de todos os visitantes.



Imagem 9: Painel de Sinalização do Ofício do Carranqueiro.

O segundo tipo é uma visita regular, onde o visitante pode buscar mais informações em textos de até cinquenta linhas e apreciar a iconografia referente ao ofício que lhe interessar dispostas em painéis horizontais, os *backlights*, que aparecem na Imagem 10 subsequente.

O primeiro e o segundo tipos de visitas estão dentro do modelo de comunicação mais contemplativo, onde a interação entre o objeto e o visitante se restringe à observação do primeiro pelo segundo.

O terceiro tipo de visita é mais longo e detalhado. O visitante pode, além de ler textos e etiquetas, acessar quatorze computadores multimídias espalhados pela exposição, sobre diferentes temas, com vinte minutos de conteúdo em cada um. Douglas Falcão Silva realizou um estudo sobre *Padrões de Interação e Aprendizagem em Museus de Ciência (1999)*, onde são abordadas diversas formas de interatividade:

(...) desde o mero acionamento de botões (...), painéis que propõem perguntas e respostas até situações nas quais o visitante pode estabelecer um diálogo com o modelo. Para ações diferentes há respostas diferentes que podem levar a indagações (...) muitas vezes de forma não imaginada pelos idealizadores das exposições. (SILVA, 1999, p. 49).

Os equipamentos multimídias do MAO não chegam a produzir informações e idéias originais, no sentido de serem imprevistas pelos organizadores da exposição.

Contudo, dispõem de jogos, narrativas e imagens que respondem a diversos comandos dos visitantes. A linguagem utilizada é a mais dinâmica e simples possível, tentando complementar as informações dos textos e a contemplação dos objetos.



Imagem 10: *Backlight* e Multimídia do Ofício do Tropeiro

Sabe-se, contudo, que os visitantes não seguem um só ritmo de visita. Eles utilizam diferentes equipamentos e suportes de acordo com diversos fatores como tempo disponível, interesse, companhia de adultos ou crianças, entre outros. Já foi percebido pela equipe do MAO que os equipamentos multimídias, por exemplo, fazem muito sucesso com os visitantes mais jovens, que dominam a linguagem da informática e gostam de ter a liberdade de selecionar as informações que acham importantes de acordo com seu interesse, Como foi dito por esta visitante de dezesseis anos, que foi ao MAO junto com colegas para fazer um trabalho escolar:

Entrevistadora - Você gostou do museu?

**Entrevistada nº 23 – Sim.**

Entrevistadora - Que parte da exposição você mais gostou? Por quê?

**Entrevistada nº 23 – A parte de computador, de multimídia. Porque a gente escolhe o que a gente quer ver.**

O fato desses recursos de comunicação não serem muito utilizados por pessoas mais velhas, faz com que alguns visitantes sintam falta de informações que estão disponíveis somente nos computadores, como revela a entrevista nº 3:

Entrevistadora - Algo no MAO não lhe agradou?

**Entrevistado nº 3 – Não, verdade tem algo que falta. Falta o acervo relacionado à Ferrovia, já que o prédio foi estação ferroviária, acho que faria muito sentido ter alguma coisa, ou pelo menos alguma exposição abordando essa temática do trabalho ferroviário, acervo ferroviário, dialogando com o próprio prédio.**

Outra informação que consta nos computadores da recepção, mas foi tida como faltante por um entrevistado, é a origem da coleção:

**Entrevistado nº 19 – (...) Mas tem uma coisa que eu tenho curiosidade, você disse que participou da história de antes de inaugurar?**

Entrevistadora - Sim.

**Entrevistado nº 19 – Eu tenho curiosidade da história desse concerto, (dos edifícios) isso está em algum lugar? Como surgiu a idéia, como a família Gutierrez assumiu isso, isso tem que está em algum lugar. Isso eu quero saber.**

Entrevistadora - Nesses multimídias aqui da entrada tem um vídeo de dois ou três minutos, onde a Ângela Gutierrez tenta contar a história da coleção e como ela desenvolveu o gosto por essas peças.

**Entrevistado nº 19 – Mas não é todo mundo que vê isso, não é? Eu que estou aqui (BH) há muito tempo sei da família e tudo mais, mas quem vem de fora não sabe como foi o caminho pra chegar até aqui.**

A presença de crianças no grupo é outro fator muito importante para determinar o ritmo da visita e o tipo de informação à qual o visitante adulto terá acesso (GRISNPUM, 2000), como se pode apreender a partir do relatado de um senhor que estava acompanhado de seus dois filhos com idades de quatro e seis anos:

Entrevistadora - Por favor, diga o que lhe vem à mente quando olha para a foto desses objetos que estão na exposição permanente do museu:

*Foto da Roda D'água;*

**Entrevistado – Isso é no Jardim das Energias.**

Entrevistadora - Sim, o senhor chegou a entender como ele funciona?

**Entrevistado – Mais ou menos, esse realmente eu não vi com detalhes, eu vi de longe porque os meninos já estavam lá na grama aí eu fui falar com eles.**

A aquisição de valores pelos visitantes, terceiro item que constitui a viagem

por um circuito cultural, segundo Davallon (2006), dependerá do percurso feito pelo visitante no espaço expositivo e da identificação, maior ou menor, dos valores defendidos pelo museu com os valores pessoais do visitante.

Ainda sobre a exposição permanente do MAO é importante refletir sobre os quatro objetos que foram utilizados nas entrevistas para a aplicação do método da Lembrança Estimulada, conforme a metodologia já explicitada. São eles: a Balança de pesar Escravos, o Moinho de Fubá, o Fogão à Lenha e o Ferro de passar Roupas à Brasa. Segundo André Desvallées (1991), para se conhecer bem os objetos que estão em exposição, é preciso analisá-los sob três perspectivas:

1. O Mundo da Realidade: que se refere ao contexto físico e às origens do objeto. Estas informações constam na ficha técnica de cada objeto (Anexo C/A). É interessante observar que, conforme demonstrado nos estudos sobre a Gestalt e a semiótica, antes de entender especificamente o objeto, o cérebro humano identifica sua forma e tenta relacioná-lo a conceito e idéias já conhecidos. A declaração na entrevista nº 19 ilustra essa constatação:

Entrevistadora - Por favor, diga o que lhe vem à mente quando olha para a foto desses objetos que estão na exposição permanente do museu:

*Foto da Balança de pesar Escravo.*

**Entrevistado nº 19 – É uma balança, não é?**

Entrevistadora - Você lembra pra que ela serve? É uma balança específica.

**Entrevistado nº 19 – Eu sei onde ela está, era de minério? De carga?**

Entrevistadora - Não, ela foi usada para pesar os escravos.

**Entrevistado nº 19 – Ah, pelo tamanho dela eu achei que era de carga. Mas engraçado, eu não sabia que era pra isso, mas eu olhei pra ela e me deu uma sensação estranha, ela me remeteu a escravidão. (...) Acho que é o ferro, esse tipo, me remete à escravidão, acho que lembra a tortura.**

2. O Espaço Semântico: o lugar que o objeto ocupa na exposição e o diálogo que ele estabelece com outros elementos do ambiente. No caso do MAO esta perspectiva está presente em diversas situações:

Como já foi dito, a Balança de pesar Escravos tem um nicho próprio e isolado dos demais objetos. Porém ela se localiza no início do conjunto dos Ofícios do Comércio, o que aponta para uma relação entre o comércio de escravos e o comércio de mercadorias. Isso foi percebido por alguns entrevistados:

Entrevistadora - Você sentiu alguma sensação negativa dentro do museu?

**Entrevistado nº 14 – O que me deu um impacto foi aquele negócio da paisagem, um ser humano sendo vendido, pesado.**

O Moinho de Fubá localiza-se no Jardim das Energias, o único espaço a céu aberto a que o visitante tem acesso.



Imagem 11: Jardim das Energias  
Foto: Miguel Aun / MAO

Para chegar mais perto e visualizar a placa com o nome e a explicação sobre o objeto o visitante deve sair da Galeria B e caminhar pelo Jardim; não é um espaço aonde o público irá “naturalmente” seguindo o fluxo da exposição, conforme mostra a fala deste entrevistado:

Entrevistadora - Por favor, diga o que lhe vem à mente quando olha para a foto desses objetos que estão na exposição permanente do museu:

*Foto da Roda D'água;*

**Entrevistado nº 25 – Isso a gente viu lá de fora.**

Entrevistadora - Vocês entenderam para que serve?

**Entrevistado nº 25 – Deixa ver, a gente viu de longe, essa é de café?**

Entrevistadora – Não. É um moinho de fubá.

**Entrevistado nº 25 – Nós perdemos essa.**

O Fogão à Lenha está no primeiro andar do Prédio B, para chegar até lá o visitante deve subir as escadas ou pegar o elevador.



Imagem 12: Mezanino que dá acesso ao Primeiro Andar do prédio B

O conjunto sobre a Conservação e Transformação dos Alimentos tem um espaço especial reservado ao Ofício da Cozinheira. O Fogão está cercado de objetos que juntos compõem uma cozinha doméstica pré-industrial, aparentemente esfumaçada pelas cinzas de brasas da lenha. O conjunto quer passar a impressão é que panelas de barro, de ferro e de pedra, moedor de café manual e outros utensílios são antigos companheiros reunidos em torno da peça principal, o Fogão. Como relata este entrevistado:

Entrevistadora - Você sentiu alguma sensação positiva dentro do museu? Por exemplo: Estar em outro local, deslocar-se no espaço?

**Entrevistado nº 26 – A cozinha, eu até falei: “você imagina essa cozinha em movimento, as paredes esfumaçadas...”**

O Ferro de passar à Brasa também se localiza no primeiro andar do Prédio B, no conjunto de Ofícios dos Fios e Tecidos, mais precisamente no Ofício da Rendeira, onde não foi utilizado manequim ou outro elemento teatral.



Imagem 13: Fiandeira, Rendeira e Costureira. Conjunto de Ofícios do Fio e do Tecido.  
Foto Miguel Aun / MAO

3. O Mundo da Utopia: trata de investigar quais relações com o mundo exterior emergem a partir dos objetos estudados. Como exemplo dessa relação, a etiqueta da Balança de pesar Escravos, contendo um texto do sociólogo e consultor do museu, Antônio Tomasi, feito especialmente para a peça, juntamente com os dados sobre o objeto e um trecho de um livro sobre escravidão:

**QUANTO PESA O CORPO ESCRAVO?**

**MULHERES, HOMENS, CRIANÇAS, TRABALHO FEITO MERCADORIA.**

**E AO TRABALHADOR, QUANTO PESA O SONHO DA LIBERDADE?**

**O PESO DO MERCADO, A TIRANIA DA EXPLORAÇÃO.**

*Balança adquirida em Salvador, Bahia, na década de 80, atribuída a uma fazenda real, utilizada para pesagem de escravos.*

Século XVIII

Datada de 1767

Ferro e bronze / Fundição

No Brasil, a compra de escravos por peso não era prática comum. As referências históricas encontradas são provenientes da América do Norte. Segundo documentos encontrados na Biblioteca Pública de Nova York, criança e mulheres eram comercializadas pelo peso.

*“Finney concordou em me comprar por peso... Trouxeram uma corda, com as duas extremidades amarradas, formando um grande laço. Fui colocado em um gancho que estava preso na balança e me mandaram assentar no laço. Depois que eu fui pesado eles descontaram o peso da corda, não me recordo quanto eu pesei, mas o preço pelo qual eu fui vendido foi US 310. Menos de cinco minutos depois, Finney pagou o dinheiro e eu fui escoltado para fora”.*

A entrevista nº 10 demonstra que para os visitantes que compreendem seu significado, a Balança de pesar Escravos tem um forte apelo emocional, pois remete à História do Brasil, especialmente a escravidão:

Entrevistadora - Teve alguma parte da exposição que você não gostou? Algo provocou em você uma sensação incômoda?

**Entrevistada nº 10 – Me incomodou aquela balança de pesar escravo, eu fiquei triste. Uma coisa que foi a realidade, não é? A gente sente tristeza de saber que foi daquele jeito, que o povo passou por aquilo. A balança simboliza uma coisa que os escravos passaram e que ficou pra trás. Hoje o povo tem que relembrar o que eles sofreram antes, eu fiquei muito triste de ver aquela balança.**

Já o Moinho de Fubá, movido à água, não apresenta nenhum texto explicativo, apenas o nome e o desenho com a identificação de suas principais partes. Contudo, remete à vida nas fazendas, por ser uma peça de grandes dimensões e estar no espaço externo da exposição. O entrevistado nº17, que tem familiaridade com a peça, chegou a discorrer sobre o papel que o moinho desempenhou nas vidas das famílias rurais enquanto analisava sua fotografia:

**Entrevistado nº 17 – O moinho d’água tem um sentido sociológico muito intenso, antigamente não havia padaria, o biscoito era feito em casa, o milho era a base da alimentação das pessoas e dos animais, (...). Quer dizer, não se poderia falar em uma fazenda sem ter um moinho d’água.**

O Fogão à Lenha não tem texto explicativo, apenas uma etiqueta que identifica sua origem e data aproximada. Contudo, a peça está contextualizada, evocando diversas lembranças para os visitantes. A vida doméstica e os hábitos na cozinha foram os principais elementos externos que apareceram quando os visitantes foram estimulados a falar sobre o Fogão:

**Entrevistado nº 19 – (...) eu vim morar aqui em casa que tinha fogão de lenha, a gente descascava laranja pra botar pra secar que a casca da laranja ajudava a pegar fogo rápido, rachar lenha pra botar na cozinha, banho de água de serpentina, maravilhosa aquela água de serpentina, não tem chuveiro elétrico que faça igual.**

O Ferro de Passar à Brasa também remeteu a lembranças dos entrevistados, figuras femininas como a mãe e a avó foram os principais elementos relacionados a este objeto:

Entrevistadora - Por favor, diga o que lhe vem à mente quando olha para a foto desses objetos que estão na exposição permanente do museu:

*Foto de Ferro de passar a Brasa;*

**Entrevistado nº 12 – Lembro, esse eu cheguei a ver minha mãe usar, soprava no traseiro dele para atizar a brasa.**

**Entrevistado nº 16 – Essa peça eu já vi funcionando, minha avó tinha.**

Este capítulo procurou fornecer informações sobre o contexto em que se insere o objeto de estudo desta pesquisa, o Museu de Artes e Ofícios. Além disso, foram inseridos alguns trechos das entrevistas considerados pertinentes no momento para ilustrar os aspectos que permeiam o entendimento demonstrado pelos visitantes sobre o Museu de Artes e Ofícios e sua exposição permanente.

A fim de dar prosseguimento ao trabalho, serão apresentados a seguir os resultados da pesquisa de público do Observatório de Museus e Centros Culturais e das entrevistas. Posteriormente serão analisadas também as informações qualitativas fornecidas pelos entrevistados que, espera-se, forneçam subsídios para a confirmação das hipóteses formuladas.

## **CAPÍTULO 3**

# **INVESTIGAÇÕES SOBRE O PÚBLICO DO MUSEU DE ARTES E OFÍCIOS**

### **3 INVESTIGAÇÕES SOBRE O PÚBLICO DO MUSEU DE ARTES E OFÍCIOS**

Este capítulo inicia-se com a apresentação dos dados levantados pela Pesquisa Perfil – Opinião do Observatório de Museus e Centros Culturais (OMCC). A análise desses dados teve o objetivo de contribuir para a formulação de novas perguntas que foram incorporadas às entrevistas semi-estruturadas sob a forma de questões qualitativas e quantitativas, conforme a descrição da metodologia já apresentada.

#### **3.1 ANÁLISE ESTATÍSTICA DESCRITIVA DA PESQUISA PERFIL-OPINIÃO DO OBSERVATÓRIO DE MUSEUS E CENTROS CULTURAIIS**

Será apresentada a análise estatística descritiva de algumas informações que foram coletadas no Museu de Artes e Ofícios durante oito semanas, de agosto a outubro de 2006, durante a aplicação da Pesquisa Perfil – Opinião do Observatório de Museus e Centros Culturais (OMCC). O Observatório é uma parceria entre o Instituto Brasileiro de Museus, a Fundação Oswaldo Cruz, o Museu de Astronomia e Ciências Afins e a Escola Nacional de Ciências Estatísticas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). São seus objetivos:

- Subsidiar a elaboração e avaliação de políticas públicas nos campos da cultura e afins;
- Subsidiar a prática profissional;
- Subsidiar a pesquisa;
- Promover um espaço de discussão das pesquisas e estudos sobre museus, voltado para o visitante e o não-visitante, ampliando o âmbito do debate sobre a instituição para toda a sociedade.

Os resultados apresentados a seguir se referem aos dados coletados de uma amostra de 456 visitantes do Museu de Artes e Ofícios, participantes da segunda rodada da pesquisa de levantamento do Observatório de Museus e Centros Culturais. Os sujeitos da pesquisa são maiores de quinze anos que não estavam em visitas organizadas por escolas e foram selecionados aleatoriamente de acordo com uma amostragem sistemática, resultando em margem de erro máxima de 5%. Os próprios visitantes

preenchem as questões que lhes eram pertinentes divididas em quatro blocos<sup>20</sup>:

Bloco 1: circunstâncias e antecedentes da visita;

Bloco 2: opinião sobre os serviços oferecidos nos museus;

Bloco 3: hábitos de visitas a museus e instituições afins;

Bloco 4: perfil socioeconômico e cultural dos visitantes.

### 3.1.1 Circunstâncias e antecedentes da visita

Nesse bloco de perguntas foram selecionadas as questões 1.1; 1.1a; 1.3 e 1.4, pois, acredita-se que os dados podem colaborar para o conhecimento do museu enquanto atrativo turístico e equipamento de lazer e cultura de Belo Horizonte.

A primeira questão indagava se era a primeira vez que o respondente visitava o MAO. A grande maioria respondeu que sim (88,6%).

**Tabela 1: Distribuição percentual dos visitantes que declararam visitar o MAO pela primeira vez**

Primeira vez que visita o MAO	Percentual
Sim	88,6%
Não	11,4%
Total	100%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

Considerando que mais da metade dos que responderam à pesquisa do OMCC era de residentes de BH (58%), o dado mostra que, apesar de estar localizado no centro da cidade, onde circula um grande contingente de pessoas, o museu ainda não se tornou um local frequentemente visitado pelos cidadãos de BH.

Essa informação é complementada pela Tabela 2, onde se vê que a maior parte dos visitantes que já estiveram no museu, o fez uma ou duas vezes (65,9%), enquanto apenas 34,1% estiveram mais de três vezes.

**Tabela 2: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o número de visitas**

Número de visitas	Percentual
De 1 a 2 visitas	65,9%
De 3 a 5 visitas	29,5%
Mais de 5 visitas	4,6%
Total	100%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

<sup>20</sup> O modelo de formulário aplicado pelo OMCC consta no ANEXO A

Em relação ao número de visitas ao MAO é importante lembrar que a pesquisa do OMCC foi aplicada nos meses de agosto a outubro 2006, sendo que o museu foi aberto ao público em janeiro do mesmo ano. Esta informação também é relevante para a interpretação da Tabela 3, que mostra o tempo de conhecimento sobre a existência do museu. A maior parte dos visitantes afirmou saber sobre a instituição há menos de um ano (57,2%). Entretanto, uma parte considerável (32,3%) disse que já sabia do museu há mais de um ano. Acredita-se que isso se deve tanto à ampla divulgação do projeto de criação do MAO, como à localização privilegiada e às obras de recuperação dos edifícios que puderam ser acompanhadas pelo grande número de pessoas que transitam na Praça da Estação. Apenas 10,6% dos respondentes disseram ter ficado sabendo do MAO naquele mesmo dia.

**Tabela 3: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o conhecimento da existência do museu**

Conhecimento da existência do museu	Percentual
Hoje	10,6%
Há menos de um ano	57,2%
Há mais de um ano	32,3%
Total	100%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

A Tabela 4 se refere aos meios de divulgação do museu.

**Tabela 4: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo os diferentes meios de informação sobre o museu**

Meios de informação	Percentual
Televisão	94,0
Passando em frente	92,5
Recomendação de professores	92,4
Recomendação de amigos	90,9
Leitura de jornais ou revistas	90,3
Recomendação de familiares	76,5
Por guia turístico	70,0
Pela internet	64,5
Lendo folder, cartazes ou <i>outdoor</i>	61,3
Rádio	52,0
Pela sinalização de rua	38,9
Visitando outros museus	33,3

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

Percebe-se o grande poder da mídia televisiva (94%) e escrita (90,3%), assim

como a vantagem de uma localização central (92,5%). O fato da “visita a outros museus” ter sido o item menos citado como meio de divulgação do MAO (33,3%), pode ser uma consequência da pouca frequência dos respondentes a outros museus e centros culturais, mas também pode indicar uma deficiência de comunicação entre essas instituições.

A Tabela 5 trata dos motivos que levaram os respondentes ao MAO. Percebe-se que o principal motivo era conhecer o museu (96,3%), acredita-se que isso se deve, principalmente, à novidade do museu recém aberto. Outro ponto que chama a atenção é a visão do museu como local de aprendizado, onde se pode adquirir conhecimento sobre um assunto que desperta interesse. Isso é demonstrado pelos itens “Alargar horizontes/conhecer coisas novas” com 94,9% e “Interesse pelos assuntos das exposições” com 93,4%. Logo abaixo está o item “Divertir-se”, com 89,3%, o que demonstra também uma visão do museu enquanto local de entretenimento e lazer.

**Tabela 5: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo os motivos da visita ao museu**

Motivos da visita	Percentual
Conhecer o Museu	96,3%
Alargar horizontes/conhecer coisas novas	94,9%
Interesse pelos assuntos das exposições	93,4%
Divertir-se	89,3%
Participar de atividades específicas (palestras, cursos)	83,8%
Acompanhar amigos/outras pessoas	65,9%
Entrada gratuita/baixo valor do ingresso	47,7%
Pesquisar/estudar algum tema	44,4%
Trazer os filhos	34,5%
Rever ou complementar uma visita anterior	22,2%
Assistir algum espetáculo	21,6%
Outros motivos	4,2%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

### 3.1.2 Opinião sobre os serviços oferecidos nos museus

Todas as questões quantitativas deste bloco foram selecionadas, pois a avaliação do MAO feita pelos visitantes em 2006 poderia indicar os pontos fortes e fracos a serem mais bem investigados nas entrevistas de 2009.

Na Tabela 6 abaixo estão expressos os resultados relativos ao nível de satisfação em relação à visita realizada no MAO.

**Tabela 6: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o nível de satisfação com a visita**

Nível de satisfação com a visita	Frequência	Percentual
Muito satisfeito	327	81%
Satisfeito	77	19%
Total	404	100%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

Pode-se dizer que praticamente todos os visitantes demonstraram sua satisfação no nível mais alto, uma vez que 81% disseram que estavam “muito satisfeito” e 19%, “satisfeito”. Os níveis mais baixos: “pouco satisfeito” e “insatisfeito” nem aparecem.

O Quadro 1 apresenta os equipamentos e serviços que podem ser disponibilizados pelos museus:

**Quadro 1: Itens sobre os serviços oferecidos como constam no questionário da pesquisa de levantamento do OMCC**

Como você avalia os nossos SERVIÇOS? (Marque apenas uma resposta em cada linha)						
Serviços	Ótimo (1)	Bom (2)	Regular (3)	Ruim (4)	Péssimo (5)	Não sei (6)
1. Sinalização						
2. Conforto (banheiros, guarda-volumes, temperatura nas salas, bebedouros, lanchonete, etc.)						
3. Conservação e manutenção (dos equipamentos, dos objetos expostos, etc.)						
4. Limpeza						
5. Iluminação						
6. Segurança						
7. Informações e explicações disponíveis (painéis, textos, áudio-guia, filmes, etc.)						
8. Acolhimento (recepcionista, monitor, guarda, guia)						
9. Acesso (facilidade de transporte, sinalização nas ruas, facilidade de estacionamento)						
10. Horário de funcionamento						

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

Esses dez itens que pedem a opinião do visitante sobre certos serviços oferecidos admitem cinco categorias de resposta em uma escala ordinal: *ótimo*, *bom*, *regular*, *ruim*, *péssimo* e uma sexta opção, *não sei*.

Para esta análise foi feita uma recodificação nas categorias de resposta. Foram atribuídos os valores de 1 a 5 para as cinco opiniões; um (1), para *péssimo*; dois (2), para *ruim*; três (3), para *regular*; quatro (4), para *bom* e cinco (5), para

*ótimo*. A opção *não sei* foi considerada como dado faltante. A Tabela 7 abaixo mostra a ordenação, pela média, considerando o MAO, nos dez itens relacionados à avaliação de determinados serviços oferecidos. O cálculo da média das respostas de cada item do questionário permite ordenar o conjunto de itens pela maior ou menor aprovação.

**Tabela 7: Ordenação dos itens relacionados à avaliação de determinados serviços oferecidos, pela média**

SERVIÇOS	Mínimo	Máximo	Média
4. Limpeza	4	5	4,93
3. Conservação e manutenção (equipamentos, objetos, etc.)	1	5	4,89
5. Iluminação	2	5	4,81
6. Segurança	1	5	4,79
8. Acolhimento (recepcionista, monitor, guarda, guia)	1	5	4,71
2. Conforto (banheiros, guarda-volumes, bebedouros, etc.)	2	5	4,70
1. Sinalização	2	5	4,67
7. Informações e explicações disponíveis (painéis, textos, etc.)	1	5	4,59
10. Horário de funcionamento	1	5	4,45
9. Acesso (facilidade de transporte, sinalização nas ruas, etc.)	1	5	4,23

Categorias de resposta: *péssimo* (1); *ruim* (2); *regular* (3); *bom* (4); *ótimo* (5).

Nota-se que as médias têm um valor muito próximo e estão entre *bom* e *ótimo*. O item 4, *limpeza*, é o que tem maior aprovação, com uma média de 4.93, perto de *ótimo*. Em seguida aparecem os itens 3 e 5, *conservação e manutenção* e *iluminação*, com médias 4,89 e 4,81, respectivamente. No outro extremo se encontram os itens 1, 7, 10 e 9, *sinalização*, *informações e explicações disponíveis*, *horário* e *acesso* com as menores médias de aprovação, mesmo assim, ligeiramente acima de *bom* (4.67, 4.59, 4.45 e 4.23, respectivamente).

Alguns itens que tiveram as menores notas são muito importantes para a promoção do museu enquanto atrativo turístico e equipamento de lazer. Um horário de funcionamento que atenda a diversos setores da população e o acesso fácil e bem sinalizado contribuem muito para atrair e cativar visitantes, especialmente aqueles que estão de passagem pela cidade e procuram otimizar seu tempo, aproveitando ao máximo o que a cidade oferece. Desta forma, estes itens foram avaliados novamente durante as entrevistas desta pesquisa, onde se buscou identificar aqueles que não atendiam bem aos visitantes.

Os resultados associados à intenção de retorno nos próximos 12 meses estão

apresentados na Tabela 8, a seguir.

**Tabela 8: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo a intenção de retorno nos próximos 12 meses**

Intenção de Retorno	Frequência	Percentual
Certamente	243	58%
Provavelmente sim	158	38%
Provavelmente não	14	3%
Não	5	1%
Total	420	100%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

Observa-se que 58% e 38% dos visitantes do MAO declararam ter intenção de retorno nos níveis mais altos: *certamente* e *provavelmente sim*, respectivamente. O percentual dos níveis mais baixos (*provavelmente não* e *não*) é baixo: 3% e 1%, respectivamente. Uma das perguntas levantadas a partir dos dados acima foi em relação à probabilidade de retorno dos visitantes de acordo com a distância de suas residências. Será que os moradores do município de BH teriam mais vontade de retornar ao museu do que aqueles que residem na Região Metropolitana?

Ao responder a questão “Caso você pense em retornar a este Museu nos próximos 12 meses, com que objetivos retornaria?” o informante do OMCC poderia escolher várias respostas. A Tabela 9 subsequente apresenta os resultados encontrados. Os objetivos declarados para retornar estão na ordem dos mais citados para os menos citados. É importante mencionar que os objetivos “Para assistir a um espetáculo, evento ou participar de uma atividade promovida pelo museu” e “Para estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular” não puderam ser considerados, uma vez que apresentam quase 100% de dados faltantes, sugerindo erro de entrada de dados na base.

**Tabela 9: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o objetivo declarado para retornar nos próximos 12 meses**

Objetivos de Retorno	Percentual
Para mostrar este museu a amigos ou familiares	96%
Para visitar uma nova exposição	91%
Para completar ou aprofundar a visita de hoje	90%
Para rever o que mais interessou	87%
Para trazer os filhos	50%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

O objetivo mais citado: *para mostrar o museu a amigos ou familiares* pode ser um indício de que o museu é motivo de orgulho para os cidadãos de BH, que gostam de mostrá-lo a outras pessoas. O segundo motivo mais citado, *para visitar uma nova exposição* demonstra que os visitantes do museu são atraídos pelas novidades, querem levar quem ainda não conhece e voltar para ver novas exposições. O terceiro e o quarto motivos mais citados demonstram que a exposição permanente de MAO é instigante e oferece informações que não são absorvidas em uma única visita. É preciso voltar ao museu para *completar ou aprofundar a visita de hoje* e para *rever o que mais gostou*.

Esta questão também foi proposta aos entrevistados em 2009, com o objetivo de perceber se o que atrai os moradores ao museu atrai também os não moradores.

### 3.1.3 Hábitos de visitas a museus e instituições afins

A Tabela 10 demonstra qual a porcentagem de visitantes que estiveram em outros museus ou centros culturais nos 12 meses anteriores à aplicação dos questionários, ou seja, em 2005. A maioria (62,3%) respondeu afirmativamente. Com isso, conclui-se que o fato dos museus e centros culturais terem sido o item menos citado como formas de divulgação do MAO (Tabela 4), deve-se mais à falta de divulgação integrada entre essas instituições do que à pouca frequência do público.

**Tabela 10: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo a visita a outros museus ou centros culturais nos últimos 12 meses**

Visita a outros museus nos últimos 12 meses (2004)	Percentual
Sim	62,3%
Não	35,5%
Não, é a 1ª vez que visito um museu	2,2%
Total	100%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

Nas entrevistas esta pergunta foi feita a fim de se conhecer melhor o contexto pessoal do entrevistado e seu perfil enquanto freqüentador ou não de museus.

O Quadro 2 apresenta em ordem decrescente as dez instituições mais citadas na Questão 3.1, como aquelas que foram visitadas pelos respondentes nos últimos 12 meses. Identificando essas instituições, o MAO poderá estudar formas de parcerias e ações em conjunto para promover o lazer e o turismo cultural em âmbito

nacional, estadual e local.

**Quadro 2: Quadro de classificação dos museus ou instituições culturais visitados nos últimos 12 meses**

Nome	Subcategoria temática	Localização geográfica
Museu Histórico Abílio Barreto	Cidade	Belo Horizonte / MG
Museu de Mineralogia	Ciência e Técnica	Ouro Preto / MG
Museu de Arte da Pampulha	Arte	Belo Horizonte / MG
Museus de Ouro Preto (não determinados)	Diversos	Ouro Preto / MG
Museu de Arte de São Paulo	Arte	São Paulo / SP
Museu Mineiro	Arte	Belo Horizonte / MG
Museu da Inconfidência	História	Ouro Preto / MG
Pinacoteca de São Pulo	Arte	São Paulo / SP
Centro Cultural Banco do Brasil / Rio de Janeiro	Diversos	Rio de Janeiro / RJ
Museu de Arte Moderna de São Paulo	Arte	São Paulo / SP

A Tabela 11 é relativa aos dias de semana preferidos para a visita aos museus e centros culturais. Percebe-se um equilíbrio entre as opções, o que mostra a importância do funcionamento dessas instituições tanto nos dias úteis como nos finais de semana e feriados. Esse é mais um indício da necessidade de parceria entre os museus locais para oferecer ao público, opções culturais em diversos horários e dias da semana.

**Tabela 11: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo os dias da semana preferidos para a visita a museus**

Dia da semana preferido para a visita a museus	Percentual
Sábados	97,1%
Domingos	96,7%
Em outros dias da semana	96,8%
Nos feriados	94,6%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

A Tabela 12 mostra a preferência de horários para a visita aos museus e centros culturais. Percebe-se que o período da tarde é o mais citado (57,4%), entretanto, também é expressiva a porcentagem que prefere realizar a visita pela manhã. Esta pode ser a explicação para a avaliação menos positiva do item Horário no Quadro 1, uma vez que o MAO atende somente a grupos escolares agendados pela manhã.

**Tabela 12: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o horário preferido para a visita a museus**

Horário preferido para a visita a museus	Percentual
Pela manhã	36,1%
Na hora do almoço	2,6%
À tarde	57,4%
À noite	3,9%
Total	100%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

A Tabela 13, abaixo, mostra os fatores que dificultam a visita a museus e centros culturais. A falta de divulgação ficou em primeiro lugar (87,7%), o que demonstra a importância de um planejamento de divulgação e marketing cultural nas instituições. Em seguida estão: a violência urbana (59,2%), a dificuldade de estacionamento (52,5%), transporte e acesso (48,4%). Esses fatores demonstram a importância das melhorias nos serviços urbanos, em especial nas áreas de segurança e transporte, para o efetivo aproveitamento dos equipamentos culturais da cidade. Os custos do ingresso, custos envolvidos na visita e os horários de funcionamento dos museus e centros culturais tiveram os menores índices, ainda que expressivos. Desta forma, pode-se perceber que uma política de acessibilidade eficaz depende não só de decisões internas da direção do museu, mas também de uma gestão urbana que priorize a cidadania e o direito à cultura.

**Tabela 13: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo os fatores que dificultam a visita a museu**

Meios de informação	Percentual
Falta de divulgação/informação sobre os museus, exposições, atividades	87,7
Violência urbana	59,2
Dificuldade de estacionamento	52,5
Dificuldade de transporte/acesso	48,4
Outros custos de uma visita	42,1
Custo do ingresso	44,7
Dias e horários de funcionamento	43,3

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

### 3.1.4 Perfil socioeconômico e cultural dos visitantes

#### ► SEXO

Com relação ao sexo, constata-se que 57,6% dos visitantes do MAO são mulheres. Os resultados estão expressos na Tabela 14, subsequente.

**Tabela 14: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o sexo**

Sexo	Percentual
Feminino	57,6%
Masculino	42,4%
Total	100,0%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

Esses resultados estão em consonância com aqueles encontrados em algumas investigações sobre o perfil do público visitante de museus no Brasil. No Rio de Janeiro, onde a mesma pesquisa foi aplicada em 2005, em média, o público dos museus participantes da investigação foi de 53,8% do sexo feminino e 46,2% do masculino. Já em São Paulo, onde a pesquisa foi aplicada em 2006 e 2007, a média foi de 62% de público feminino e 38% de público masculino.

#### ► IDADE

Em relação à variável idade cabe informar que foram recodificadas nas seguintes faixas etárias: 15 a 19 anos; 20 a 24 anos; 25 a 29 anos; 30 a 39 anos; 40 a 49 anos; 50 a 59 anos e mais de 60 anos. Os resultados encontrados estão expressos na Tabela 15, abaixo.

**Tabela 15: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo a faixa etária**

Faixa etária	Percentual
15 – 19 anos	9%
20 – 24 anos	23,7%
25 – 29 anos	12%
30 – 39 anos	17,6%
40 – 49 anos	21,5%
50 – 59 anos	10,8%
Mais de 60 anos	5,4%
Total	100,0%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

A maior parte dos visitantes do MAO é de adultos entre 30 e 49 anos (39,1%).

Entretanto, também é significativo o percentual de jovens (32,7%) situados na faixa de 15 a 24 anos, segundo o IBGE.

Este dado motivou a análise sobre a relação entre a idade dos entrevistados e o grau de apropriação da exposição. Sabe-se que a partir da segunda metade do século XX a maior parte da população brasileira, que até então residia em zonas rurais, passou a migrar para zonas urbanas. Desta forma, questionou-se qual o nível de familiaridade e entendimento que os visitantes entrevistados, especialmente os jovens urbanos do século XXI, apresentariam em relação aos artefatos da exposição permanente, uma vez que estes são objetos indispensáveis aos trabalhadores pré-industriais, muitas vezes utilizados em atividades agrícolas.

#### ► ESCOLARIDADE

Esta variável também foi recodificada, resultando nas seguintes categorias: até o ensino fundamental completo; ensino médio, ensino superior incompleto e ensino superior em diante. Os resultados estão expressos na Tabela 16, abaixo. As pessoas que declararam possuir até o ensino fundamental correspondem a 6,7% dos visitantes do MAO, um número interessante, na medida em que, de acordo com a Pesquisa Perfil-Opinião de 2005, realizada no Rio de Janeiro, a média dessa categoria cai para 4,8%.

**Tabela 16: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o nível de escolaridade**

Nível de Escolaridade	Percentual
Até o ensino fundamental completo	6,7%
Ensino Médio	13,9%
Ensino superior incompleto	31,6%
Superior em diante	47,8%
Total	100,0%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

Outra questão que foi levantada a partir do estudo desses dados relaciona o nível de conhecimento formal (escolar) com o nível de conhecimento sobre o tema da exposição. O visitante que possui mais escolaridade estará mais apto a entender a linguagem dos objetos expostos dentro do Museu de Artes e Ofícios do que aquele que não tem um grau elevado de instrução formal?

## ► ATIVIDADE REMUNERADA / SITUAÇÃO DE EMPREGO

Os achados relativos à atividade remunerada mostram que 75,5% do público visitante do MAO estão exercendo atividade remunerada. Os resultados encontrados estão expressos na Tabela 17, subsequente.

**Tabela 17: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo a atividade remunerada**

Atividade remunerada	Percentual
Sim	75,5%
Não	24,5%
Total	100,0%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

Daqueles que exercem atividade remunerada, 24,8% são empregados do setor público versus 21,4% do setor privado; 9% são profissionais liberais; 8,5% são autônomos/trabalham por conta própria; 7,1% são bolsistas/estagiários; e apenas 4,1% são empresários. Estes resultados estão expressos na Tabela 18.

**Tabela 18: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o tipo de emprego**

Tipo de emprego	Percentual
Empregado do setor privado	21,4%
Empregado do setor público	24,8%
Profissional liberal	9,0%
Autônomo / por conta própria	8,5%
Empresário	4,1%
Bolsista / estagiário	7,1%
Total	100,0%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

Daqueles que não exercem atividade remunerada, 63,5% são estudantes; 15,6% são aposentados/pensionistas; 13,5% estão desempregados ou procurando trabalho e 7,3% cuidam de afazeres domésticos. Os resultados encontrados estão expressos na Tabela 19.

**Tabela 19: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo a situação de emprego**

Situação de emprego	Percentual
Desempregado / procurando trabalho	13,5%
Cuida dos afazeres domésticos	7,3%
Estudante	63,5%
Aposentado / pensionista	15,6%
Total	100,0%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

As questões que deram origem às informações aqui apresentadas nas Tabelas 17, 18 e 19 foram condensadas em apenas uma questão por ocasião das entrevistas. Buscou-se assim, diminuir o número de perguntas aos entrevistados e simplificar o trabalho de tabulação.

#### ► RENDA DOMICILIAR MENSAL

Quanto à renda domiciliar mensal (salário, pensões e outros ganhos de todos os que moram na residência), constata-se que 20% estão na faixa de mais de 2.000 a 4.000 reais; 19,7% dos visitantes do MAO têm faixa de renda de mais de 1.000 a 2.000 reais; 15% acima de 6.000 reais; 12,4%, mais de 4.000 a 6.000 reais; 11,8%, mais de 350 a 500 reais; 9,7% não souberam informar; 7,4%, mais de 500 a 1.000 reais; e apenas 3,9%, até 350 reais. Estes resultados estão expressos na Tabela 20.

**Tabela 20: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo a renda domiciliar mensal**

Renda domiciliar mensal	Percentual
Até 350 reais	3,9%
Mais de 350 a 500 reais	11,8%
Mais de 500 a 1.000 reais	7,4%
Mais de 1.000 a 2.000 reais	19,7%
Mais de 2.000 a 4.000 reais	20,0%
Mais de 4.000 a 6.000 reais	12,4%
Acima de 6.000 reais	15,0%
Não sei informar	9,7%
Total	100,0%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

Com o reagrupamento de algumas faixas de renda domiciliar, verifica-se que 23,1% estão na faixa de 350 a 1.000 reais; 39,7%, na faixa de 1.000 a 4.000 reais e 27,4% têm renda domiciliar mensal de mais de 4.000 reais. Estes resultados indicam que o público que visita o MAO apresenta uma situação financeira privilegiada em relação à população brasileira.

Uma vez percebida a situação econômica privilegiada dos visitantes, pode-se questionar como isso se relaciona com a frequência ao MAO, o que foi também investigado durante as entrevistas.

É importante destacar que para a aplicação desta questão nas entrevistas de 2009, os valores de renda domiciliar mensal foram ajustados com base no salário

mínimo da época.

### ► LOCAL DE RESIDÊNCIA

Este foi um dos mais importantes itens para a pesquisa, pois uma das hipóteses formuladas considera que os visitantes do MAO podem se sentir turistas dentro do museu, independentemente do local de residência. Faz-se necessário, portanto, conhecer de onde vêm os visitantes do MAO, e a partir daí, investigar se essa variável influi, e de que forma, na experiência da visita.

No que diz respeito ao local de residência verifica-se que 55,5% dos visitantes do MAO residem no município de Belo Horizonte, enquanto 15,5% residem em outros municípios do estado de Minas Gerais, 12,6% são de outros estados e apenas 0,6% são de outros países. Estes resultados estão expressos na Tabela 21.

**Tabela 21: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, segundo o local de residência**

Local de residência	Percentual
Município de Belo Horizonte	58,0%
Outro município do estado de Minas Gerais	16,1%
Outro estado	12,6%
Outro país	1%
Inválido / Ilegível	12,3%
Total	100,0%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

É importante fazer uma ressalva quanto aos dados acima demonstrados. Como a informação sobre o local de residência foi preenchida pelos próprios visitantes sem a interferência dos pesquisadores, acredita-se que uma parte dos visitantes que se declarou residente em Belo Horizonte, na realidade reside na Região Metropolitana da cidade. Isso aconteceu durante as entrevistas, mas como havia um diálogo entre os entrevistados e a pesquisadora, as informações foram corrigidas. Como mostra o trecho abaixo:

Entrevistadora – Qual é o seu local de residência?

**Entrevistado nº 20 – É São Benedito.**

Entrevistadora – Onde fica São Benedito?

**Entrevistado nº 20 – É Belo Horizonte mesmo. É, na verdade é Santa Luzia (Região Metropolitana), mas é Belo Horizonte.**

Os 58% dos visitantes do MAO que se declararam residentes em Belo Horizonte, podem ser distribuídos nas regiões administrativas, conforme mostra a Tabela 22, abaixo:

**Tabela 22: Distribuição percentual dos visitantes do MAO, residentes no município de Belo Horizonte, segundo a região administrativa**

Região Administrativa	Percentual
Região Centro Sul	33,6%
Região Leste	18%
Região Norte	10,9%
Região Nordeste	10,9%
Região Oeste	9,2%
Região Pampulha	6,0%
Região Noroeste	4,9%
Região Venda Nova	3,8%
Região Barreiro	2,7%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2006, OMCC.

O mapa a seguir apresenta a distribuição das Regiões Administrativas, para melhor ilustrar as informações:



Mapa 2: Regiões Administrativas de Belo Horizonte

Fonte: <http://www.nucleopazeamor.org.br/imagens/MapaBeloHorizonte.jpg>

Para se fazer uma interpretação mais completa dos dados apresentados na Tabela 22 (acima), foram reunidas algumas informações sobre as regiões administrativas da capital mineira. Tomou-se como base o Censo Demográfico realizado no ano 2000 pelo IBGE e o site <http://www.bairrosdebh.xpg.com.br/> de responsabilidade do atual Chefe de Gabinete da Secretaria de Assuntos Institucionais da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, que possui informações mais atualizadas sobre a situação de cada regional, em especial sobre a renda média mensal de seus habitantes.

Os habitantes da Região Centro Sul foram os que mais visitaram o MAO. Entre as nove regiões administrativas de Belo Horizonte, esta região está em quinto lugar em maior número de habitantes (260.524), de acordo com o Censo Demográfico do ano 2000. Porém, apresenta a maior renda mensal por habitante, já que entre os residentes permanentes, 72,39% ganham mais de cinco salários mínimos e entre esses, 33,43% ganham mais de 20 salários mínimos. Deve-se lembrar também que o MAO está situado nessa região, onde se encontra a maior parte das ofertas de espaços culturais da capital mineira.

Em segundo lugar na tabela de visitantes do MAO por Região Administrativa está a Regional Leste, que ocupa o sexto lugar na lista por maior número de habitantes (254.573), segundo Censo Demográfico de 2000. Essa região situa-se muito próxima ao centro da cidade, onde se localiza o Museu. Mas não apresenta um rendimento alto, como o encontrado na Regional Centro-Sul, ao contrário, os habitantes permanentes da Regional Leste, em sua maior parte (36,97%) têm um rendimento mensal entre meio e três salários mínimos.

O terceiro lugar da tabela é dividido entre as Regionais Norte e Nordeste. As duas regionais se diferenciam bastante em relação ao número de habitantes. A Regional Norte possui 193.764 habitantes, enquanto a Regional Nordeste é a segunda mais habitada, possui 274.060 habitantes, conforme o Censo Demográfico de 2000. Em ambas a maior parte dos proprietários e residentes tem um rendimento entre meio e três salários mínimos: 51,83% Regional Norte; 42,74% na Regional Nordeste.

A Regional Oeste está em quarto lugar da tabela de visitantes do MAO de acordo com as Regiões Administrativas de BH. Esta regional é a terceira, em maior número de habitantes, 268.124, de acordo com o Censo Demográfico de 2000. Aproximadamente um terço de seus habitantes (35,11%) tem renda mensal média

entre meio e três salários mínimos.

Em quinto lugar na tabela de visitantes do MAO, de acordo com as Regiões Administrativas de BH, está a Regional Pampulha, que é a menos habitada da cidade, 141.853 habitantes, segundo Censo Demográfico de 2000. Essa regional se destaca pelo alto índice de alfabetização (96,86%) segundo o Censo Demográfico de 2000. A maior parte de seus habitantes (36,53%) tem uma renda mensal entre três e cinco salários mínimos, sendo menor apenas do que os habitantes da Regional Centro-Sul.

O sexto lugar na tabela de visitantes do MAO de acordo com as Regiões Administrativas de BH é da Regional Noroeste. Essa é a região mais habitada da cidade, com 338.100 habitantes. A maior parte da população economicamente ativa tem uma renda mensal de um a três salários mínimos.

As duas últimas regiões na tabela, também são as mais distantes do MAO. A Regional Barreiro, que é uma região industrial, com população predominantemente operária, distante 18 km do centro da capital. Conta com 262.194 habitantes, que em sua maior parte - 49,65% -tem um rendimento entre  $\frac{1}{2}$  e 3 salários mínimos. A Regional Venda Nova tem 245.334 habitantes, que sua maioria, 50,19%, tem um rendimento entre meio e três salários mínimos.

Os dados levantados sobre a distribuição dos moradores de BH que visitam o MAO e algumas características das regiões administrativas da cidade apontam para a importância da localização como fator facilitador para a visita. Os moradores da região Centro-Sul, onde está o museu, e da região Leste, vizinha ao museu, foram os mais encontrados na pesquisa Perfil-Opinião de 2006. Por outro lado, as regiões mais distantes do museu (Barreiro e Venda Nova) também apresentaram os menores números de visitantes ao MAO.

Acredita-se também que os fatores “renda” e “escolaridade” são importantes para a interpretação dos dados demonstrados pela Tabela 22. Combinados com a localização, explicam não só a posição da região Centro-Sul, primeiro lugar com 33,6% dos visitantes, mas também sua grande margem em relação às outras regiões. O segundo lugar teve 18% dos visitantes. Esses mesmos índices também são importantes para a compreensão da posição ocupada pela Regional Pampulha na Tabela 22, principalmente se comparada a Regional Noroeste. A Pampulha encontra-se mais distante do museu do que a Regional Noroeste e é também menos

habitada. Entretanto, encontra-se na Pampulha um alto índice de alfabetização e a segunda maior renda entre as regionais da cidade.

Em relação aos visitantes do MAO que residem em outro município do estado de Minas Gerais (16,1%), pode-se decompô-los em (exemplos mais significativos):

- **26% (20 pessoas) são de Contagem;**
- **11,6% (9 pessoas) de Betim;**
- **5,1% (4 pessoas) de Nova Lima;**
- **5,1% (4 pessoas) Governador Valadares.**

Percebe-se que entre os moradores de outros municípios de Minas Gerais que mais visitaram o MAO, predominam aqueles oriundos da Região Metropolitana de Belo Horizonte – Contagem, Betim e Nova Lima – com 42,7% dos respondentes. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), uma região metropolitana ou área metropolitana é um grande centro populacional, que consiste em uma (ou, às vezes, duas ou até mais) grande cidade central (uma [metrópole](#)), e sua zona adjacente de influência. Essa influência pode ser medida de acordo com a importância e a quantidade de bens e serviços oferecidos às populações externas à chamada cidade central. (IBGE, 2000).

A Região Metropolitana de Belo Horizonte foi regulamentada pela Lei Complementar nº 6303/1974, atualmente conta com trinta e quatro municípios e quase cinco milhões de habitantes. O município de BH possui 2.412.937 habitantes, Contagem está em segundo lugar, com 608.650 habitantes, Betim em terceiro com 415.098 habitantes e Nova Lima tem 70.405 habitantes, segundo informações do site oficial da Prefeitura Municipal de BH.

Os visitantes que vieram de outros estados distribuem-se em (exemplos mais significativos): 31,4% de São Paulo (19 pessoas); 27,8% do Rio de Janeiro (17 pessoas); 9,8% do Distrito Federal (6 pessoas), e 8,1% de Santa Catarina (5 pessoas). Este nicho, juntamente com visitantes da região Metropolitana e do exterior, foi alvo de questões relativas ao museu enquanto atrativo turístico durante as entrevistas de 2009. Foram investigadas especialmente as motivações da visita à cidade e ao museu, a facilidade de acesso, as informações obtidas no período de pré-visita, entre outras.

Visitantes de outros países não tiveram uma representatividade expressiva nos dados coletados pela Pesquisa Perfil-Opinião 2006 (1%). Entretanto, o Roteiro

de Entrevistas foi aplicado a este segmento, pois se acredita que a opinião dessas pessoas pode ser importante para a avaliação do potencial do museu enquanto atrativo turístico internacional, contribuindo também para o desenvolvimento desta atividade na cidade de Belo Horizonte.

Pode-se perceber que as informações e considerações aqui apresentadas sobre a pesquisa de público do Observatório de Museus e Centros Culturais contribuíram para a investigação sobre a experiência de moradores e não moradores de Belo Horizonte que visitam o MAO.

A seguir, serão tratados os dados quantitativos sobre os dois grupos pesquisados em 2009 – moradores e não moradores – e, posteriormente a análise qualitativa das entrevistas, buscando-se a identificação dos indícios da experiência turística no Museu de Artes e Ofícios.

### **3.2 ANÁLISE ESTATÍSTICA DESCRITIVA DAS ENTREVISTAS**

Antes de serem apresentados os dados quantitativos e qualitativos das entrevistas, é preciso esclarecer alguns pontos sobre os dois grandes grupos de entrevistados que terão suas experiências de visita conhecidas e comparadas:

- O grupo dos moradores do município de Belo Horizonte.

No total foram dezesseis entrevistados deste grupo, porém cinco deles não responderam às questões 2, 2.1 e 2.2; 15.1, 15.2 e 15.2a porque suas entrevistas foram feitas com o formulário do pré-teste que não contém tais perguntas. As tabelas deste grupo estão na cor cinza escuro.

- O grupo dos não moradores de BH abrange os residentes na Região Metropolitana de BH, os residentes em outras cidades de MG, exceto Belo Horizonte, os residentes em outros estados, exceto Minas Gerais e os residentes no exterior do Brasil.

No total foram dezesseis entrevistados deste grupo, porém, dois deles - um residente em outros estados brasileiros e outro residente em outros municípios de Minas Gerais - não responderam às questões 2, 2.1 e 2.2; 15.1, 15.2 e 15.2a porque suas entrevistas foram feitas com o formulário do pré-teste. As tabelas deste grupo estão na cor cinza claro.

Para facilitar a leitura dos dados dentro das tabelas, reduziu-se a

denominação das origens dos entrevistados não moradores da seguinte forma:

Entrevistados residentes na Região metropolitana de Belo Horizonte foram denominados “Região Metropolitana”;

Entrevistados residentes em outras cidades de Minas Gerais, exceto Belo Horizonte, foram denominados “Minas Gerais”;

Entrevistados residentes em outros estados brasileiros, exceto Minas Gerais, foram denominados “Brasil”;

Entrevistados residentes no exterior foram denominados “Exterior”.

Por fim, esclarece-se que a Tabela 23 e a Tabela 24 referem-se às questões iniciais da entrevista, que não receberam numeração no formulário. Elas apresentam as frequências das variáveis: local de residência, idade e sexo. Cabe informar que a variável idade foi recodificada nas seguintes faixas etárias: 15 a 19 anos; 20 a 29 anos; 30 a 39 anos; 40 a 49 anos; 50 a 59 anos; 60 a 69 anos e mais de 70 anos.

A Tabela 23 apresenta dados dos dois grupos - os residentes e os não residentes em BH - a fim de demonstrar que, conforme foi dito na metodologia, a seleção de visitantes para compor o grupo de entrevistados foi feita procurando-se respeitar as proporções encontradas na pesquisa do Observatório de Museus e Centros Culturais. Porém, algumas discrepâncias foram inevitáveis, devido às diferenças nos métodos e no número de participantes das duas pesquisas.

**Tabela 23: Frequência dos visitantes entrevistados por local de residência**

	Frequência
Município de Belo Horizonte	16
Região Metropolitana de BH	4
<b>Local de Residência</b> Minas Gerais	6
Brasil	5
Exterior	1
Total	32

Visitantes moradores de BH eram 58% no OMCC, nas entrevistas somaram dezesseis pessoas, o que representa 50%.

Os visitantes da Região Metropolitana de Belo Horizonte não foram contabilizados separadamente no OMCC. Nas entrevistas este grupo contou com quatro pessoas, o que representa 12,5% dos entrevistados.

Visitantes de outros municípios de MG somaram 16,1% de respondentes no OMCC, nas entrevistas este grupo representou 18,7%, seis pessoas.

Visitantes de outros estados brasileiros eram 12,6% segundo o OMCC, nas entrevistas este grupo representou 15,6%;

Visitantes do exterior ficaram em 1% no OMCC; nas entrevistas este grupo representou 3,1%.

Havia ainda uma porcentagem de 12,3% de informações sobre a origem dos visitantes que foram consideradas inválidas ou ilegíveis nos questionários do OMCC. O que não aconteceu nas entrevistas.

As demais tabelas apresentarão separadamente os dados sobre os entrevistados moradores do município de BH e os não moradores, a fim de que se possa tecer uma comparação entre os dois grupos.

Para trabalhar o local de moradia, os entrevistados que residiam em BH foram agrupados de acordo com a região administrativa da cidade, como mostra a Tabela 24 (abaixo).

**Tabela 24: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por local de residência, faixa etária e sexo**

		Frequência
<b>Local de Residência</b>	Noroeste	7
	Centro Sul	2
	Pampulha	2
	Leste	1
	Nordeste	1
	Norte	1
	Oeste	1
	Venda Nova	1
	Barreiro	0
	Total	16
		Frequência
<b>Faixa etária</b>	15 – 19 anos	0
	20 – 29 anos	1
	30 – 39 anos	4
	40 – 49 anos	3
	50 – 59 anos	4
	60 – 69 anos	1
	Mais de 70 anos	3
	Total	16
		Frequência
<b>Sexo</b>	Feminino	8
	Masculino	8
	Total	16

Percebe-se a predominância da região Noroeste. Esta região, conforme foi dito na análise dos dados do OMCC, é a mais populosa do município, com mais de

trezentos mil habitantes e por isso mesmo, oferece diversas linhas de ônibus para a região central da cidade onde se localiza o MAO. O ônibus foi o meio de transporte mais utilizado pelos entrevistados, como será mostrado na Tabela 39.

Em segundo lugar estão as regiões Centro-Sul e a Pampulha. Estas duas áreas são menos habitadas, porém, têm maior renda per capita e o grau de instrução dos seus moradores é o mais elevado da capital.

A Regional Barreiro não teve nenhum representante. Essa Regional também ficou em último lugar no número de respondentes ao OMCC. Os motivos são a distância da região central, conforme mostra o mapa do município de Belo Horizonte, página 96 e o perfil de seus habitantes, que em sua maior parte, são operários do setor industrial que é concentrado no bairro Cidade Industrial. Assim, são pessoas que não freqüentam o centro da cidade para trabalhar, pois nesta área predominam o setor de comércio e de serviços.

Essa tabela também mostra também que a maior parte dos entrevistados residentes em BH é composta de adultos com idade entre 30 e 59 anos (10 pessoas). É importante notar que três pessoas tinham mais de setenta anos. Estes entrevistados demonstraram conhecer muito bem a temática da exposição. Durante as entrevistas, pôde-se perceber que essa familiaridade vem da vida rural que tiveram enquanto jovens. Quando perguntados sobre o que entenderam da exposição e o que sentiram, os entrevistados com mais de setenta anos demonstraram entusiasmo por poder falar daquilo que já viveram, transmitir o conhecimento sobre algumas peças que já manusearam e viram funcionando, como mostra a fala da entrevistada nº 18 de 75 anos:

Entrevistadora – Que parte da exposição você mais gostou? Por quê?

**Entrevistada nº18 – Ah, gostei de tudo, tem muita coisa da minha época. Nasci em Oliveira, mas me mudei para Belo Horizonte em 1958, com dezenove anos.**

Entrevistadora – O que você sentiu ao se lembrar?

**Entrevistada nº18 – Eu sou muito saudosista, eu falo muito sozinha, lá dentro eu fiquei falando sozinha, muita coisa do meu tempo. Ferro de passar roupa já peguei. Batedeira de manteiga, meu pai era fabricante de queijo, então ele tinha tudo aquilo, a mesa para escorrer o soro. Meus primos, da fazenda vizinha, faziam manteiga com aquelas batedeiras que tem aí. A partir da década de 50 a coisa foi mudando muito depressa, mas até 1950 era aquilo.**

Entrevistadora – Você chegou a ter uma sensação de estranhamento, por não estar familiarizada com o que vê;

**Entrevistada nº18 – Pela idade, eu não posso estranhar nada, não é? Eu fiquei pensando se lá em casa ainda tem alguma peça que a gente possa doar pra cá, mas acho que não, a gente já deve ter jogado tudo fora. Vou dar uma olhada.**

Esta entrevistada, que demonstrou ter um bom entendimento da exposição, declarou possuir escolaridade de segundo grau completo e nunca ter trabalhado fora de casa. A soma disso à sua vontade de colaborar com o museu por meio de doações, faz com que ela seja um exemplo do que Waldisa Rússio chama de pessoas cultas pela vivência:

Você tem uma camada culta, no sentido de uma camada escolarizada, etc... e uma camada culta em termos de vida vivida, experienciada, mas não com informações que a escolaridade traz, e que seriam inclusive “matéria-prima” incrível, ou que seriam pessoas participantes dentro do museu(...). (RÚSSIO, 1984, p.71).

Esse é um indício do potencial de trabalho a ser desenvolvido junto ao público pelos setores de comunicação e pesquisa do museu, mas que ainda não foi explorado pelo MAO.

O local de residência dos entrevistados não moradores de BH já foi demonstrado na Tabela 23. Na Tabela 25, abaixo, estão apresentados os dados sobre a faixa etária e o sexo desse grupo.

**Tabela 25: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, por faixa etária e sexo**

		Frequência
<b>Faixa etária</b>	15 – 19 anos	2
	20 – 29 anos	6
	30 – 39 anos	4
	40 – 49 anos	1
	50 – 59 anos	1
	60 – 69 anos	2
	Mais de 70 anos	0
	Total	16
		Frequência
<b>Sexo</b>	Feminino	8
	Masculino	8
	Total	16

Vê-se que a faixa etária dos entrevistados não moradores predominante é entre 20 e 29 anos (37,5%). No OMCC essa também foi a faixa etária predominante (23,7%). Em segundo lugar está o grupo com idade entre 30 e 39 anos.

É interessante observar que nos entrevistados não moradores houve duas pessoas com idade entre 15 e 19 anos, porém nos entrevistados que moram em BH (Tabela 24) não houve ninguém.

Em compensação, foram entrevistadas três pessoas com mais de 70 anos que moram em BH, enquanto entre os entrevistados não moradores ninguém tinha mais de 70 anos. Isso demonstra a baixa frequência de idosos, com mais de 70 anos, que viajam para BH e vão ao MAO. Embora o turismo na terceira idade esteja crescendo no Brasil, ainda não se expressa com tanta força em BH. A Belotur, Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte registrou em 2002<sup>21</sup> uma taxa de apenas 9,0% de turistas atendidos em seus postos de informações com mais de 60 anos.

As Tabelas 24 e 25 demonstram ainda que a divisão entre sexos dos entrevistados foi igual, 50% feminino e 50% masculino.

### **3.2.1 A Experiência no Museu: Contexto Pessoal, Social e Físico**

A Tabela 26 abaixo se refere exclusivamente aos entrevistados não moradores de BH. O objetivo das perguntas foi, principalmente, conhecer como os não moradores que visitam o MAO se relacionam com a cidade e assim, obter informações sobre o papel do MAO enquanto atrativo turístico do município.

---

<sup>21</sup> Informações fornecidas pelo relatório de Estatísticas de Atendimento nos Postos de Informação 2006. Setor de pesquisa e Estatística da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte - Belotur.

**Tabela 26: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, que declararam já conhecer BH, por motivos da vinda a BH e por número de dias de permanência em BH**

		Frequência
<b>Já conhecia Belo Horizonte</b>	Sim	11
	Não	5
	Total	16
		Frequência
<b>Motivos da vinda a Belo Horizonte</b>	Passear, fazer turismo	4
	Participar de eventos	3
	Ver amigos	2
	Ver a família	2
	Cuidar da saúde	1
	Fazer trabalho escolar no MAO	1
	Namorar	1
	Negócios	1
	Pesquisar no MAO	1
	Visitar a exposição do MAO	1
	Total	16
	* A questão permitia mais de uma resposta.	
		Frequência
<b>Dias de permanência em Belo Horizonte</b>	Um dia	5
	Dois dias	1
	Três dias	3
	Entre 4 dias e uma semana	7
	Total	16

Onze pessoas já haviam estado em BH antes; para outras cinco era a primeira vez.

Em relação ao motivo da vinda à cidade, a maior parte dos entrevistados não moradores de BH disse ter vindo para passear ou fazer turismo (4 pessoas), o que está de acordo com a pesquisa de 2008 da Belotur, onde 39,9% dos respondentes disseram ter vindo por turismo ou lazer. Em segundo lugar nas entrevistas está a participação em eventos (3 pessoas). Esse item aparece em terceiro lugar na pesquisa de 2008 da Belotur (12,6%). É interessante observar que o segundo motivo de vinda a Belo Horizonte, de acordo com a Belotur (2008) são os negócios (23,2%), entretanto, este item teve baixa frequência nas entrevistas, uma pessoa apenas. Isso ilustra o que diversos teóricos afirmam sobre essa modalidade de turismo: que não favorece o contato entre o turista e a população local, e não estimula o aproveitamento dos equipamentos culturais da localidade receptora. (BENI, 2004; SWARBROOKE e HORNER, 2002).

Vale a pena comentar também que três entrevistados moradores da Região Metropolitana de Belo Horizonte tiveram como principal motivo da ida à cidade a visita ao Museu de Artes e Ofícios. Uma pessoa foi fazer um trabalho escolar, uma foi fazer uma pesquisa de interesse próprio e outra foi ver a exposição permanente. O que indica a influência do MAO na prática de lazer e educação para este grupo de entrevistados.

A maior parte dos entrevistados não moradores de BH informou que pretendia permanecer na cidade por um período de quatro a sete dias (7 pessoas). Esse intervalo de tempo também é predominante na pesquisa da Belotur de 2008, que apresenta uma porcentagem de 26,8% de respondentes para o mesmo período. Em segundo lugar está a permanência de um dia, com cinco pessoas, lembrando que as entrevistas incluíram os residentes na Região Metropolitana, ou seja, pessoas com mais facilidade para ir e voltar para a casa no mesmo dia.

A Tabela 27 (abaixo) explicita a relação entre a visita ao MAO e a ida a Belo Horizonte, portanto, aplica-se exclusivamente ao grupo dos não moradores. Como já foi dito, três pessoas foram a BH tendo como principal motivação a ida ao MAO. Quatro pessoas foram à cidade prevendo uma visita ao museu, o que significa que elas já sabiam da existência do MAO. Porém a maior parte dos entrevistados decidiu ir ao MAO depois que já estava em BH (9 pessoas), entre estes, cinco afirmaram que nunca haviam ouvido falar sobre o museu. O que sugere a fraca divulgação do MAO, como atrativo turístico, direcionada aos centros emissores de visitantes para BH.

**Tabela 27: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo a relação entre a visita ao MAO e a viagem a Belo Horizonte**

Categorias da relação entre a visita e a viagem	Frequência
A vinda a BH teve como principal motivação a visita ao MAO	3
A vinda a BH previa a visita ao MAO	4
A visita ao MAO foi decidida depois que chegou a BH	9
Total	16

A Tabela 28 trata de alguns aspectos que compõem os contextos pessoais dos entrevistados moradores de BH.

**Tabela 28: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo as visitas anteriores ao MAO, a frequência de visitas, os dias e os horários das visitas, o intervalo de tempo entre a visita no dia da entrevista e a visita anterior ao museu e o motivo da última visita ao museu**

		Frequência
<b>Visitas anteriores ao MAO</b>	Sim	5
	Não	11
	Total	16
		Frequência
<b>Frequência de visitas ao MAO</b>	Frequente	3
	Ocasional	1
	Rara	1
	Total	5
		Frequência
<b>Dias em que costumam ir ao MAO</b>	Dias úteis	3
	Finais de semana	2
	Feriados	1
	Total	6*
*Essa questão permitia mais de uma resposta		
		Frequência
<b>Horário em que costuma ir ao MAO</b>	De manhã	0
	Na hora do almoço	0
	De tarde	3
	No fim do dia	0
	Total	3
		Frequência
<b>Intervalo de tempo entre a visita no dia da entrevista e a visita anterior ao MAO</b>	Menos de 1 semana	0
	Menos de 1 mês	0
	Menos de 6 meses	2
	Menos de 1 ano	1
	Mais de 1 ano	2
	Total	5
		Frequência
<b>Motivo da última visita ao MAO</b>	Conhecer o museu	2
	Levar pessoas	2
	Pesquisar	1
	Total	5

O primeiro item trata das visitas anteriores ao museu realizadas pelos moradores da cidade. Percebe-se que a maioria dos entrevistados nunca havia estado no MAO antes (11 pessoas), enquanto 5 pessoas já haviam ido ao museu. Entre estas, três declararam ter ido ao museu mais de três vezes (frequentemente), uma disse ter ido duas vezes (ocasional) e uma disse ter ido apenas uma vez (rara).

A Tabela 28 também demonstra que entre os entrevistados frequentadores do MAO (três pessoas), existe a preferência de ir ao museu nos dias úteis e no período

da tarde. Acredita-se que esta preferência se deve primeiramente à localização do MAO na região central da cidade, com diversas opções de comércio e serviços, atividades que se realizam em dias úteis. Mas também é importante notar o grau de interesse pelo museu entre os entrevistados freqüentadores. Um deles é professor de história e já levou diversas turmas ao museu; outro entrevistado que vai ao MAO com freqüência é uma estudante de restauração; e o último escreve livros sobre trabalhos artesanais e pré-industriais.

Percebe-se também que o intervalo de tempo entre a última visita ao MAO e o dia da entrevista não foi pequeno. Dois entrevistados haviam estado no museu há menos de seis meses, uma pessoa esteve há menos de um ano e duas, há mais de um ano.

Os visitantes entrevistados, que já haviam estado no MAO, foram para conhecer o museu (2 pessoas), para levar pessoas (2 entrevistados) ou para pesquisar (1 entrevistado).

Os dados acima indicam que o MAO ainda não se concretizou como uma opção de lazer, cultura e entretenimento a ser frequentemente utilizada pelos moradores de BH, conforme já indicavam os dados nas Tabelas 1 e 2 da análise de dados do OMCC. Isto apesar do museu manter uma programação cultural diversificada e regular, com shows musicais e palestras sobre literatura uma vez por mês, exibir pelo menos duas exposições temporárias, ao menos, por ano e não cobrar ingresso aos sábados e às quartas-feiras depois das 17 horas. Percebe-se que nos finais de semana, outras atividades são priorizadas pelas pessoas, conforme mostra o depoimento deste entrevistado:

Entrevistadora – Você já visitou o MAO antes?

**Entrevistado nº 13 – Não.**

Entrevistadora – Por quê?

**Entrevistado nº 13 – Por causa do meu horário de trabalho (...). Eu trabalhava sábado também, aí domingo você já não quer nem saber, não é?**

A Tabela 29 mostra os motivos apontados pelos entrevistados que residem em BH para não terem visitado o MAO anteriormente e as razões para terem ido ao museu naquele dia em que ocorreu a entrevista. O principal motivo para a não visita ao MAO foi a falta de tempo, apontado por 5 pessoas. Em segundo lugar está a falta

de prioridade dada à visita ao museu. Neste item foram incluídas respostas como a do entrevistado nº 12:

Entrevistadora - Por que você nunca tinha vindo ao museu?

**Entrevistado nº 12 – Por causa de ser da terra da gente, a gente não dá muito valor, não é? Vai adiando.**

Respostas deste tipo mostram que, conforme disseram BOURDIEU e DARBEL (2003), as pessoas costumam ir a museus quando estão fora de suas cidades de residência. Os autores afirmam ainda que isso é mais marcante em populações das grandes cidades, pois em menores municípios os museus são mais visitados pela população local.

**Tabela 29: Frequência de visitantes entrevistados moradores de BH, por motivos da não visita ao MAO anteriormente, e segundo os motivos da visita ao MAO naquele dia**

		Frequência
<b>Motivos da não visita ao MAO anteriormente</b>	Falta de tempo	5
	Não era prioridade	3
	Não sabia que o museu existia	2
	Veio, mas o museu estava fechado	1
	Total	11
		Frequência
<b>Motivos da visita ao MAO naquele dia</b>	Teve companhia	6
	É o único dia disponível	4
	Estava passando por perto	4
	Viu na televisão no dia anterior	2
	Entrou por acaso (não sabia que o museu era ali)	1
	Total	17*

\* A questão permitia mais de uma resposta.

Analisando os motivos para ir ao MAO no dia da entrevista (Tabela 29 acima) percebe-se a importância da visita ao museu enquanto um evento social, a ser desfrutado em grupo, uma vez que ter companhia é um fator importante para muitos entrevistados residentes em BH (6 pessoas). Vale lembrar aqui Cristina Souza e Silva que afirma em seu trabalho: a motivação de ordem social é predominante à de ordem cognitiva, quando se trata de visitas a museus. (SILVA, 1989).

Outro fator a ser destacado nesta questão é a disponibilidade de tempo dos entrevistados. Enquanto a falta de tempo foi o principal motivo da não visita anterior ao MAO, a disponibilidade de tempo determinou o dia da visita para quatro entrevistados. Igualmente importante é a localização do MAO, pois quatro pessoas

que moram na cidade afirmaram ter resolvido visitar o museu porque estavam por perto, e uma disse ter entrado por acaso, sem saber que ali era um museu. São os chamados visitantes passantes descritos por Silva da seguinte forma:

(...) aquele que descobre o museu por passar na porta, e decide entrar por curiosidade. Frequentemente encontrado em museus de localização urbana, situados em ruas de intenso trânsito de pedestres (...) muitas vezes pertence às classes menos favorecidas intelectual e financeiramente. (Ibid., 1989, p. 94).

Entre os cinco visitantes passantes entrevistados que residem em BH, três tinham renda domiciliar mensal de menos de dois mil e quinhentos reais, e dois deles não haviam completado o segundo grau, confirmando as características descritas pela autora citada acima.

Por fim, é preciso chamar atenção para o poder da mídia televisiva, pois dois entrevistados afirmaram ter ido ao MAO depois de verem um programa na TV sobre o museu. O interessante é que eles já sabiam da existência do MAO, mas depois de assistirem ao programa sobre o museu sentiram-se estimulados a visitá-lo.

Quando perguntados se já haviam estado no MAO antes, nenhum dos entrevistados residentes fora de Belo Horizonte, respondeu positivamente, embora a maior parte deles (11 pessoas) já tivessem ido a BH antes. Desta forma, ninguém deste grupo respondeu às questões sobre frequência, dias e horários preferidos para ir ao museu.

Em relação às razões para não terem ido anteriormente ao museu (Tabela 30, abaixo), os entrevistados não moradores de BH apontaram como um dos principais motivos a falta de tempo, assim como os entrevistados moradores. Chama a atenção o fato de três pessoas dizerem que não sabiam da existência do MAO e uma pessoa ter tentado ir antes, mas encontrou o museu fechado.

**Tabela 30: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo os motivos da não visita ao MAO anteriormente, e segundo os motivos da visita ao MAO naquele dia**

		Frequência
<b>Motivos da não visita ao MAO</b>	Falta de tempo	5
	Nunca tinha vindo a BH	5
	Não sabia que o museu existia	3
	Não era prioridade	1
	Não tem hábito de visitar museus	1
	Veio antes, mas o museu estava fechado	1
	<b>Total</b>	<b>16</b>
		Frequência
<b>Motivos da visita ao MAO</b>	É o único dia disponível	9
	Estava passando por perto	4
	Teve companhia	4
	Está seguindo indicações de amigos	1
	Estava na Feira de Artesanato <sup>22</sup>	1
	Indicação da escola	1
	Viu na TV no dia anterior	1
	<b>Total</b>	<b>21*</b>

\* A questão permitia mais de uma resposta.

No grupo dos não moradores, entre os motivos para terem ido ao museu naquele dia, em primeiro lugar está a disponibilidade de tempo, diferentemente do que disseram os moradores da cidade, que priorizaram o fator companhia. Isso faz sentido na medida em que os não moradores têm um período relativamente curto para usufruir das atrações culturais da cidade. Em segundo lugar está a localização do museu, que fica próximo a diversos hotéis e assim atende ao desejo de um passeio rápido sem a preocupação com o trânsito, como relata esta entrevistada não moradora de BH:

Entrevistadora - Por que veio hoje ao museu?

**Entrevistada n° 32 – Aproveitamos o dia hoje para conhecer os pontos turísticos próximos ao Hotel Serrano, onde estamos hospedados.**

Na Tabela 31 e na Tabela 32 subsequentes são tratados alguns aspectos relacionados ao hábito de visitas a outros museus pelos entrevistados. A intenção é

<sup>22</sup> Trata-se de uma feira de produtos não industrializados que ocorre todos os domingos na Avenida Afonso Pena, a principal da cidade e próxima ao MAO, conforme mostra o Mapa de Localização do museu, página 53.

saber se os entrevistados têm familiaridade com os museus em geral.

Em relação ao grupo dos moradores de BH, é importante frisar que as perguntas referentes a estas tabelas foram incluídas na pesquisa posteriormente ao pré-teste. Desta forma, apenas onze pessoas responderam à questão 2. “Você já visitou algum outro museu antes?” e suas derivadas 2.1, 2.2 e 2.2a.

Entre os entrevistados que afirmaram já terem visitado outros museus (9 pessoas), a maior parte já visitou “muitos” ou “vários” museus (7 pessoas), entretanto estas visitas aconteceram há mais de seis meses, ou há mais de um ano.

Duas pessoas que moram em Belo Horizonte nunca haviam ido a outro museu. Uma delas é um senhor que estava acompanhado da esposa, que já é freqüentadora de museus. Quando foi perguntado a ela porque foi ao MAO naquele dia ela respondeu:

**Entrevistada nº 31 – Já faz um tempo que eu estou prometendo a ele (marido) que a gente iria começar a visitar os museus de Belo Horizonte, porque eu conheço vários museus, mas ele não conhece nenhum. (...) Este (MAO) pra mim, é o mais bonito de todos, diverte mais a gente, faz a pessoa ter vontade de conhecer mais museus.**

Percebe-se pela fala da entrevistada que, uma boa experiência de visita em um museu, nesse caso, o MAO, pode contribuir para a formação de públicos para outros museus. Esta seria mais uma razão pela qual valeria à pena investir dos museus em uma maior aproximação com seus pares, buscando soluções para o desafio que é de todos: aumentar a freqüência de público nos museus.

**Tabela 31: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por visita a outros museus, por quantidade de museus já visitados, por intervalo de tempo entre a visita ao MAO e a última visita e por museus visitados e citados espontaneamente**

		Frequência
<b>Já visitou outros museus</b>	Sim	9
	Não	2
	Total	11*

\* Essa pergunta não constava no formulário de cinco entrevistados (pré-teste).

		Frequência
<b>Quantidade de museus já visitados</b>	Poucos	1
	Vários	5
	Muitos	2
	Total	9*

\* Essa pergunta não constava no formulário de cinco entrevistados (pré-teste).

		Frequência
<b>Intervalo de tempo entre a visita ao MAO e a outros museus</b>	Menos de 1 semana	2
	Menos de 1 mês	0
	Menos de 6 meses	5
	Mais de 1 ano	2
	Total	9*

\* Essa pergunta não constava no formulário de cinco entrevistados (pré-teste).

		Frequência
<b>Museus visitados e citados espontaneamente</b>	Museu Inimá de Paula – Belo Horizonte, MG	1
	Museu de Arte Contemporânea de Inhotim - Brumadinho, MG	1
	Total	2*

\* Essa pergunta não foi feita a cinco entrevistados (pré-teste).

Entre os entrevistados residentes em BH alguns citaram espontaneamente o Museu Inimá de Paula e o Museu de Arte Contemporânea de Inhotim como anteriormente visitados. Estas e outras instituições listadas pelo OMCC (Quadro 2) podem ser consideradas pelo MAO como possíveis parceiras já que, ao que tudo indica, possuem um público freqüentador comum. A necessidade de uma ação integrada entre os museus já havia sido percebida na análise de dados do OMCC na Tabela 4, página 83, no quadro 2, na declaração da entrevistada nº 31, página 112.

No grupo de entrevistados que não moram em BH (Tabela 32, subsequente), duas pessoas não responderam às questões 2, 2.1, 2.2 e 2.2a, pois suas entrevistas ocorreram na fase do pré-teste. Todas as pessoas que responderam, afirmaram já terem ido a algum museu antes. Porém, cinco pessoas disseram que foram a poucos museus, como este entrevistado:

Entrevistadora - Você já visitou outros museus?

**Entrevistado nº 24 – Em Ouro Preto na Casa dos Contos, foi uma visita técnica.**

Entrevistadora - Quantos museus você já visitou?

**Entrevistado nº 24 – É o segundo museu que eu visito**

Das cinco pessoas não moradoras de BH que haviam estado em poucos museus, três eram da Região Metropolitana e apenas uma tinha o curso superior completo. Por outro lado, das nove pessoas que disseram já terem ido a muitos ou vários museus, cinco tinham o curso superior completo e uma era pós-graduada. As características de escolaridade em relação ao hábito de ir a museus foram também estudadas por BOURDIEU e DARBEL (2003). Os autores perceberam que, quanto maior o grau de instrução, maior é a tendência no indivíduo de frequentar esse tipo de equipamento cultural.

**Tabela 32: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, por visita a outros museus, por quantidade de museus já visitados, por intervalo de tempo entre a visita ao MAO e a última visita e por museus visitados e citados espontaneamente**

		Frequência
<b>Já visitou outros museus</b>	Sim	14
	Não	0
	Total	14*

\* Essa pergunta não constava no formulário de dois entrevistados (pré-teste).

		Frequência
<b>Quantidade de museus já visitados</b>	Poucos	5
	Vários	6
	Muitos	3
	Total	14*

\* Essa pergunta não constava no formulário de dois entrevistados (pré-teste).

		Frequência
<b>Intervalo de tempo entre a visita ao MAO e a outros museus</b>	Menos de 1 semana	4
	Menos de 1 mês	3
	Menos de 6 meses	3
	Mais de 1 ano	4
	Total	14*

\* Essa pergunta não constava no formulário de dois entrevistados (pré-teste).

		Frequência
<b>Museus visitados e citados espontaneamente</b>	Casa dos Contos – Ouro Preto, MG	3
	Centro de Arte Contemporânea de Inhotim -Brumadinho, MG	2
	Colégio Caraça – Caraça, MG	2
	Museu da Inconfidência – Ouro Preto, MG	2
	Centro Cultural do Banco do Brasil – Rio de Janeiro, RJ	1
	Museu da Língua Portuguesa – São Paulo, SP	1
	Parque Memorial do Cerrado – Goiânia, GO	1
	Total	12*

\* Essa pergunta não foi feita a dois entrevistados (pré-teste).

O intervalo de tempo entre a visita a outro museu e a visita ao MAO no dia da entrevista foi menor para os não moradores do que para os moradores. Quatro pessoas que não residem em BH disseram ter ido a outro museu há menos de uma semana, o que ocorreu a apenas dois belo-horizontinos. Quando estas informações são analisadas juntamente com o tempo de permanência em BH mais freqüente entre os não moradores (de 4 a 7 dias), observa-se que a visita a outro museu ocorreu durante a viagem. Desta forma, corrobora-se o que foi observado por Bourdieu e Darbel: as pessoas costumam visitar mais museus quando viajam do que nas cidades onde residem (2003).

Doze museus e centros culturais foram citados espontaneamente pelos

entrevistados não moradores. O mais citado foi o museu Casa dos Contos, em Ouro Preto, Minas Gerais. Essa forte dependência turística de Belo Horizonte em relação a Ouro Preto já havia sido diagnosticada pela Belotur em 2008, pois 50% dos visitantes estrangeiros que chegam à capital têm como destino a cidade de Ouro Preto, Patrimônio da Humanidade. Em segundo lugar ficou o Museu de Arte Contemporânea de Inhotim, que também apareceu nas respostas dos entrevistados moradores, demonstrando um grande potencial de parceria daquela instituição com o MAO, ao menos sob o ponto de vista do “público visitante” dos dois museus.

A Tabela 33 subsequente apresenta o contexto social das visitas entre os entrevistados residentes em BH. A grande maioria estava acompanhada (14 pessoas).

**Tabela 33: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo o contexto social da visita e por tipo de acompanhante**

		Frequência
<b>Visita o museu acompanhado</b>	Sim	14
	Não	2
	Total	16
		Frequência
<b>Tipo de acompanhante</b>	Amigos (as)	6
	Cônjuge, namorada(o), companheira(o)	6
	Parentes	3
	Crianças	2
	Alunos	1
	Total	18*

\* A questão permitia mais de uma resposta

Sobre o contexto da visita, Bourdieu e Darbel consideram que os visitantes de classes populares sempre procuram visitar museus acompanhados. Pois, assim sentem-se mais seguros naqueles ambientes que não lhes parecem familiares. Enquanto que “o desejo de fazer tal visita sozinho exprime-se com uma frequência maior na medida em que é elevada a posição na hierarquia social” (Ibid., 2003, p. 87). Os dois entrevistados do grupo dos moradores que estavam sozinhos refletem esta tendência, pois ambos afirmaram ter uma renda familiar bruta acima de cinco mil reais e serem frequentadores assíduos de museus, como mostra o trecho abaixo da entrevista nº12:

Entrevistadora - Já visitou outros museus?

Entrevistado nº 12 – Já.

Entrevistadora - Quantos?

**Entrevistado nº 12 – Muitos, sempre quando vou a Europa, nos Estados Unidos, a gente vai. Apesar de ser de área diferente, eu sou veterinário, sempre gostei de história. Em setembro (de 2008) eu passei uma semana no Rio só para ver a parte cultural e em São Paulo eu fiz a mesma coisa.**

Entrevistadora - Quando foi sua última visita a um museu?

**Entrevistado nº12 – Fim de maio, princípio de junho (de 2009) eu estava na Europa, no Leste Europeu.**

Entre os moradores de BH, seis pessoas estavam com amigos e seis estavam com companheiros (as), cônjuges ou namorados (as).

Dos dezesseis entrevistados que não moravam em BH, dez estavam acompanhados, (Tabela 34 abaixo). Entre estes, a maior parte estava com amigos (as) (4 pessoas) e com cônjuges (3 pessoas).

**Tabela 34: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo o contexto social da visita e por tipo de acompanhante**

		Frequência
<b>Visita museu acompanhado</b>	Sim	10
	Não	6
	Total	16
		Frequência
<b>Tipo de acompanhante</b>	Amigos (as)	4
	Cônjuge, namorada(o), companheira(o)	3
	Colegas de escola	2
	Parentes	2
	Crianças	1
	Total	12*

\* A questão permitia mais de uma resposta.

Os tipos de acompanhantes que predominaram nas entrevistas dos dois grupos foram os amigos e os cônjuges, o que reforça a característica da visita ao museu como um acontecimento social. A presença da família (parentes e filhos) também tem destaque para o conhecimento do contexto social da visita, uma vez que *“a integração social dos visitantes em grupo – principalmente pais e filhos – influi de modo positivo sobre o processo de ganhos cognitivos propiciando a leitura de legendas e a descoberta de novos assuntos”* (SILVA, 1989, p. 112). Essa integração é algo muito importante para os pais, como se pode perceber na entrevista nº27, de um morador acompanhado por dois filhos de quatro e seis anos:

Entrevistadora - Como você avalia as instalações físicas do museu? (recepção, salas expositivas, banheiros, cafeteria, loja, bebedouros, etc.).

**Entrevistado nº 27 – Excelente, não imaginava o quanto tinha de conforto, de facilidade para observação. Para as crianças inclusive. (...) Eu estava até combinando com minha esposa de fazer esse tipo de programa mais vezes com os meninos, porque realmente chama a atenção deles. Os meninos gostaram, só é difícil contê-los para não tocar (nos objetos).**

Para levantar informações sobre o contexto físico das visitas, foi solicitado aos entrevistados que fizessem uma avaliação das instalações e do ambiente físico do museu. As frequências de respostas estão nas Tabelas 35 e 36 subsequentes.

**Tabela 35: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo a avaliação que fazem das instalações físicas do MAO e segundo a avaliação que fazem da qualidade do ambiente físico do MAO**

		Frequência
<b>Avaliação das instalações físicas do museu</b>	Razoáveis	1
	Boas, mas podem melhorar	1
	Boas	2
	Muito boas	6
	Ótimas	6
	Total	16
		Frequência
<b>Avaliação do ambiente físico do museu</b> (temperatura, luminosidade e barulho)	Tudo certo, nada a reclamar	7
	Quente	5
	Muito barulho	4
	Escuro	1
	Total	16

No grupo dos moradores, em relação às instalações, a avaliação foi de modo geral positiva, pois doze entrevistados consideraram-nas muito boas ou ótimas. Contudo, uma pessoa as considerou razoáveis em função de ter muitas escadas, e por isso, ser muito cansativo visitar o museu. Segundo afirmou a entrevistada que não viu os elevadores que estão ao lado das escadas, o que alerta para uma possível falha na sinalização destes equipamentos. Um entrevistado considerou que as instalações do MAO podem melhorar, afirmando que teve dificuldades para achar os bebedouros e que alguns equipamentos multimídias estavam estragados. O entrevistado que considerou boas as instalações, o fez em função de não ter achado que o piso do Túnel que dá acesso ao Prédio B estivesse em boas condições.

A avaliação do ambiente físico do museu pelos moradores de BH mostrou que boa parte dos entrevistados (7 pessoas) estava completamente satisfeita.

Entretanto, um número significativo (5 pessoas) reclamou que a temperatura no Prédio B estava muito quente, o que é ruim não só para os visitantes, mas também para o acervo. Quatro entrevistados disseram que um dos multimídias que fica no conjunto Ofício do Ferreiro estava com o volume alto demais e uma pessoa disse que faltava iluminação no primeiro andar do Prédio B.

Entre as dezesseis pessoas que não moram em BH (Tabela 36 abaixo), dez consideraram as instalações do MAO muito boas ou ótimas. Duas pessoas fizeram observações que demonstraram que as instalações são boas, mas podem melhorar, em especial no que diz respeito a sinalização dos elevadores e à diversidade de produtos na loja do museu. Uma entrevistada que é portuguesa não encontrou o que esperava, conforme se pode perceber no trecho abaixo de sua entrevista:

Entrevistadora - Como você avalia as instalações físicas do museu? (recepção, salas expositivas, banheiros, cafeteria, loja, bebedouros, etc.).

**Entrevistada nº 2 – A Loja está bem apresentada, mas os produtos podiam ser mais diversificados, de Minas Gerais eu não vi, por exemplo, produtos de pedra sabão e não vi essas pedras preciosas, estamos em Minas Gerais, não é?**

**Tabela 36: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo a avaliação que fazem das instalações físicas do MAO e segundo a avaliação que fazem da qualidade do ambiente físico do MAO**

		Frequência
<b>Avaliação das instalações físicas do museu</b>	Boas, mas podem melhorar	2
	Boas	4
	Muito boas	6
	Ótimas	4
	Total	16
		Frequência
<b>Avaliação do ambiente físico do museu</b> (temperatura, luminosidade e barulho)	Tudo certo, nada a reclamar	8
	Quente	5
	Escuro	2
	Muito barulho	2
	Total	17*

\* A questão permitia mais de uma resposta.

Já em relação ao ambiente físico do museu, como temperatura, iluminação e acústica, houve mais críticas. Duas pessoas disseram que um dos equipamentos multimídias estava com o som muito alto. Duas reclamaram da pouca iluminação no primeiro andar do Prédio B. Cinco entrevistados que não moram em BH, acharam

que a Galeria B estava com a temperatura muito quente. Metade dos entrevistados deste grupo não fez nenhuma crítica.

Estas são informações importantes para um museu que deseja cativar seus visitantes, estimulando seu retorno e aumentando a visitação. Pesquisas nessa área já comprovaram a forte influência que o ambiente exerce sobre a qualidade da visita, afirmando que a experiência sensorial marca mais o visitante, a longo prazo, do que a experiência cognitiva. (GRINSPUM, 2000).

### **3.2.2 O MAO enquanto atrativo turístico e equipamento cultural e de lazer**

A Tabela 37 e a Tabela 38 mostram as principais fontes de informação sobre o museu para os entrevistados.

Entre os entrevistados que moram em BH (Tabela 37 abaixo), a principal fonte de informação sobre o MAO foi a recomendação de amigos e parentes, assim como entre os entrevistados não moradores (Tabela 38). Reforçando a importância da chamada divulgação “boca a boca” na formação de público dos museus (BOURDIEU e DARBEL, 2003). Em segundo lugar está a divulgação feita pelos guias turísticos impressos. No caso dos entrevistados moradores trata-se especificamente do Guia BH, uma publicação mensal da Prefeitura Municipal, com tiragem de 30.000 exemplares que é distribuída nos Postos de Atendimento aos Turistas, espalhados pela cidade. É interessante notar que este guia não serve apenas às pessoas que vêm de fora, mas também aos próprios moradores que formam a maior parte do público atendido nos postos da Belotur, segundo levantamentos de 2008. A pesquisa nos postos de informação turística mostrou que entre janeiro e dezembro daquele ano foram atendidas 285.782 pessoas. Destas, apenas 78.590 não residiam no município de Belo Horizonte.

Dividindo o segundo lugar com o Guia BH, está a televisão, que notoriamente é um grande veículo de comunicação. Um canal de TV aberta que havia transmitido no dia 05 de setembro um programa dedicado ao MAO, o que se repercutiu nas entrevistas feitas nos dias 6 e 7 de setembro. Em terceiro lugar está a localização, pois três entrevistados afirmaram ter sabido do MAO ao passarem por perto do museu, na Praça da Estação.

**Tabela 37: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por fonte de informação sobre o MAO**

Fonte de informação	Frequência
Recomendação de amigos ou parentes	7
Guias turísticos impressos	5
Televisão	5
Passando por perto do museu	3
Ao chegar ao museu	1
No trabalho (prefeitura de BH)	1
Não lembra	1
Total	22*

\*A questão permitia mais de uma resposta

No grupo dos entrevistados não moradores (Tabela 38, abaixo) as principais fontes de informação sobre o MAO foram os Guias turísticos impressos, juntamente com a recomendação de amigos e parentes. Duas publicações foram citadas entre os guias turísticos: o Guia Quatro Rodas, da Editora Abril e o Guia BH, já citado pelos moradores. Isso mostra a importância da divulgação direcionada às pessoas que viajam e de uma maior parceria entre o MAO e outros setores que trabalham com o turismo, como as editoras especializadas, por exemplo. Em terceiro lugar ficou a escola, instituição já reconhecida como uma importante parceira dos museus na formação de público. (BOURDIEU e DARBEL, 2003).

**Tabela 38: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, por fonte de informação sobre o MAO**

Fonte de informação	Frequência
Guias turísticos impressos	4
Recomendação de amigos ou parentes	4
Escola	3
Jornal impresso	2
Passando por perto	2
Internet	1
Televisão	1
Total	17*

\* A questão permitia mais de uma resposta.

A Questão 6 do Roteiro de Entrevistas do Moradores que corresponde à questão 8 do Roteiro de Entrevistas dos Não moradores daria origem à Tabela 39. Foi perguntado se os entrevistados achavam que o MAO está bem localizado, todos os

entrevistados responderam que sim, e nenhum fez observações complementares. Desta forma, não foi feita tabela para esta questão.

Isso mostra que, sem dúvida, um grande trunfo do museu é estar na Praça da Estação, lugar de múltiplos usos, muito freqüentado por quem vive e por quem freqüenta BH. Portanto, todo o esforço na recuperação dos edifícios, relatado no Capítulo 2 desta dissertação se reverteu em benefícios não só para a cidade e para o Patrimônio, mas para o próprio museu.

As Tabelas 39 e 40 se referem à facilidade de acesso ao MAO e ao tipo de transporte utilizado pelos entrevistados para chegar ao museu.

Grande parte dos entrevistados residentes em BH (Tabela 39 abaixo) considera que é fácil chegar ao MAO (12 pessoas). As quatro pessoas que disseram ter dificuldades para chegar ao museu, se referiram ao trânsito e a falta de estacionamento para carros particulares, o que é um problema cada vez mais grave na cidade com um todo. Esta dificuldade já havia sido sinalizada na Tabela 7, onde o item “Acesso” obteve a menor nota de aprovação entre os visitantes respondentes ao OMCC.

**Tabela 39: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por facilidade para chegar ao MAO e por meio de transporte utilizado para chegar ao museu**

		Frequência
<b>Facilidade para chegar ao MAO</b>	Sim	12
	Não	4
	Total	16
		Frequência
<b>Meio de transporte usado para chegar ao MAO</b>	Ônibus	8
	À pé	6
	Carro particular	5
	Metrô	2
	Total	21*

\* A questão permitia mais de uma resposta

Entre os meios de transporte mais utilizados pelos entrevistados moradores de BH tem-se o ônibus e “a pé”, que algumas vezes foram utilizados conjuntamente, como por exemplo, quando o entrevistado veio para o Centro de ônibus e depois fez o resto do trajeto até o MAO a pé. O carro particular ficou em terceiro lugar, o que explica a reclamação pela falta de estacionamento explicitada anteriormente, como pode ser percebido na fala desta entrevistada:

Entrevistadora - Qual o meio de transporte você utilizou para chegar ao museu?

**Entrevistada nº 31 – De carro. Esse é o problema, não tem estacionamento. Eu fico rodando aqui, onde vou pôr meu carro?**

Duas pessoas, moradoras do município de Belo Horizonte declararam ter usado o metrô e depois ter vindo a pé. Este meio de transporte ainda não serve a todas as regiões da cidade, porém vem sendo indicado para solucionar grande parte dos problemas de congestionamento no trânsito da capital<sup>23</sup>.

No grupo dos não moradores, conforme mostra a tabela 40 abaixo, a grande maioria disse que é fácil chegar ao MAO (15 pessoas); a que disse “não”, mencionou a dificuldade de estacionamento nas proximidades do museu.

**Tabela 40: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo a facilidade para chegar ao MAO e por meio de transporte utilizado para chegar ao MAO**

		Frequência
<b>Facilidade para chegar ao MAO</b>	Sim	15
	Não	1
	Total	16
		Frequência
<b>Meio de transporte usado para chegar ao MAO</b>	À pé	7
	Ônibus	4
	Carro particular	4
	Metrô	3
	Total	18*

\* A questão permitia mais de uma resposta

Quanto ao meio de transporte usado para se chegar ao museu, a maior parte dos entrevistados não moradores disse ter ido caminhando (7 pessoas); entre estas, duas fizeram parte do caminho de ônibus e uma, de carro. É interessante observar que as três pessoas que foram ao MAO de metrô residiam na Região Metropolitana de BH; percebe-se, portanto, a importância desse meio de transporte para esse segmento de visitantes.

As Tabelas 41 e 42 trazem informações sobre o horário de funcionamento do MAO. Cabe dizer que o museu está aberto para todos os visitantes nos dias de terça, quinta e sexta-feira das 12 às 19 horas; às quartas-feiras das 12 às 21 horas, e aos sábados, domingos e feriados de 11 às 17 horas. Às segundas-feiras o MAO

<sup>23</sup> Fonte: <http://www.metrobh.gov.br>. Acesso: 16 de dezembro de 2010.

está fechado para o público. As escolas recebem atendimento também nas manhãs de terça-feira a sexta-feira.

No grupo dos entrevistados que moram em BH foi percebido que a maior parte conhece se não completamente, ao menos alguns dados sobre o horário de abertura e fechamento do museu (Tabela 41). Contudo, cinco pessoas obtiveram essa informação quando já estavam dentro do museu, no balcão de informações e nos avisos externos, ou seja, foram ao MAO sem saber se ele estaria aberto. Ficaram em segundo lugar o jornal impresso e o folder do museu. Uma pessoa, afirmou que sabe os horários do MAO porque “eu já visitei muitos museus, eu sei como funciona”. Este é o mesmo entrevistado que visitou o MAO sozinho e que demonstrou conhecimento de vários objetos que estão na exposição, o entrevistado nº 12. É interessante observar ainda que o Guia Turístico, o segundo meio de divulgação do MAO (Tabela 37), só serviu a uma pessoa para informar os horários do museu.

**Tabela 41: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por conhecimento do horário de funcionamento do MAO, por fonte de informação sobre o horário e segundo a opinião que têm sobre o horário**

		Frequência
<b>Conhecimento do horário de funcionamento</b>	Sim	10
	Não	6
	Total	16
		Frequência
<b>Fonte de informação sobre o horário de funcionamento</b>	Pelo balcão de atendimento do museu	3
	Pelos avisos externos do museu	2
	Por jornal impresso	2
	Pelo folder do museu	2
	Deduziu, por conhecer muitos museus	1
	Por guia turístico impresso	1
	Total	10
		Frequência
<b>Opinião sobre o horário de funcionamento</b>	Bom	5
	Bom, mas pode melhorar	4
	Não sei	1
	Total	10

Cinco pessoas que moram em BH disseram que o horário de funcionamento do MAO atende bem ao público. Contudo, quatro pessoas entrevistadas acham que o horário de funcionamento pode melhorar. A principal solicitação é que o museu abra de manhã para todos os públicos. Um entrevistado afirmou que tentou vir

antes, mas o MAO estava fechado e o outro disse que nunca tinha vindo por não saber o horário de funcionamento do museu.

O item “horário de funcionamento” já havia ficado com a segunda menor nota de aprovação entre os visitantes que responderam ao OMCC. Desta forma, seria aconselhável uma melhor divulgação dessas informações, principalmente do horário estendido de funcionamento às quartas-feiras (12h às 21h) e do horário nos finais de semana e feriados (11h às 17h).

Como mostra a Tabela 42 abaixo, entre os entrevistados que não moram em BH, nove pessoas afirmaram conhecer o horário de funcionamento do museu, porém quatro pessoas tiveram essa informação quando já estavam lá (duas pelos avisos externos e duas no balcão de recepção do MAO), ou seja, foram ao MAO sem saber se ele estaria aberto. Sete pessoas disseram não conhecer nada sobre o horário de funcionamento do museu.

**Tabela 42: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, por conhecimento do horário de funcionamento do MAO, por fonte de informação sobre o horário e segundo a opinião que têm sobre o horário**

		Frequência
<b>Conhecimento do horário de funcionamento</b>	Sim	9
	Não	7
	Total	16
		Frequência
<b>Fonte de informação sobre o horário de funcionamento</b>	Avisos externos do museu	2
	Balcão de atendimento do museu	2
	Folder do museu	2
	Amigos	1
	Guia turístico impresso	1
	Jornal impresso	1
	Total	9
		Frequência
<b>Opinião sobre o horário de funcionamento</b>	Bom	3
	Bom, mas pode melhorar	6
	Total	9

Quanto à qualidade do horário de funcionamento do museu, apenas três, das nove pessoas que estavam aptas a responder no grupo dos não moradores, disseram que o horário é bom e não fizeram nenhuma ressalva. Seis pessoas disseram que o MAO deveria abrir também pela manhã para todos os usuários.

Acredita-se que, apesar de tantas solicitações para que o museu se abra ao

público pela manhã, o MAO tem um bom horário de funcionamento, pois, pela manhã são atendidos diversos grupos escolares. O que não impede um estudo, por parte dos dirigentes, das possibilidades de atendimento desta demanda.

A Tabela 43 e a Tabela 44 mostram a intenção e o motivo de retorno dos entrevistados. Sobre a importância de se retornar a um museu Meneses afirma:

“o que se encontra lá dentro gera um interesse que não se esgota na visualidade efêmera. (...) a informação e o conhecimento que se podem receber ali, os veículos de subjetividade, inclusive identitários que possam ser criados ou reativados, o exercício da imaginação, etc...” (MENESES, 2007, p.50).

A afirmação de Meneses se comprova na experiência de visita ao MAO, pois o motivo mais citado pelos entrevistados moradores para retornar ao museu foi “rever a exposição” (Tabela 21 subsequente). Outros estudos de público constataram que o espaço expositivo não recebe do visitante uma atenção homogênea. Movido pela curiosidade que se dá a partir do conhecimento prévio, ou de alguma familiaridade com o tema, o visitante entra em contato com objetos, assuntos e equipamentos que descobre ao acaso. Este processo de seleção exclui determinadas partes da exposição em detrimento de outras. (SILVA, 1989). Assim, pode-se dizer que cada vez que entra em um museu, o visitante tem a possibilidade de ter uma experiência diferente.

**Tabela 43: Frequência de visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo a intenção de retorno ao MAO e segundo os motivos de retorno ao MAO**

		Frequência
<b>Intenção de retorno</b>	Sim	15
	Não	1
	Total	16
		Frequência
<b>Motivos de retorno</b>	Rever a exposição permanente	6
	Trazer amigos ou parentes	5
	Ver uma nova exposição	2
	Participar de eventos	1
	Pesquisar	1
	Trazer alunos	1
	Total	16*

\*A questão permitia mais de uma resposta

A motivação de “trazer amigos ou parentes” vai ao encontro do que é relatado por Silva em relação ao status que a visita ao museu empresta a quem a fez: “O ato

*de recomendar a visita empresta-lhe (ao visitante que recomenda e traz pessoas) uma imagem de sabedoria*". (SILVA, 1989, p. 113). O motivo de "ver uma nova exposição" (2 pessoas) explicita a demanda por novidades, assim como "participar de eventos" (1 pessoa). "Pesquisar" e "trazer alunos", citadas apenas uma vez, mostram que o MAO também é visto como um local de conhecimento onde se pode complementar a educação formal, dada pelas escolas e universidades.

Entre os entrevistados que não moram em BH (Tabela 44, abaixo), a grande maioria disse que gostaria de voltar ao MAO (14 pessoas). Duas pessoas afirmaram que não voltariam. Uma foi a visitante estrangeira de Portugal que disse ter muitas outras coisas para ver em Belo Horizonte, mas recomendaria uma visita ao MAO. A outra pessoa foi um entrevistado de Curitiba, que se deu por satisfeito com a visita:

Entrevistadora - Você pretende retornar ao MAO?

**Entrevistado nº 22 – Acho que não.**

Entrevistadora - Por quê?

**Entrevistado nº 22 – É interessante, mas não é assim... na lista dos melhores museus... eu acho que está visto.**

**Tabela 44: Frequência de visitantes entrevistados, não moradores de BH segundo a intenção de retorno ao MAO e segundo os motivos de retorno ao MAO**

		Frequência
<b>Intenção de retorno</b>	Sim	14
	Não	2
	Total	16
		Frequência
<b>Motivos de retorno</b>	Trazer amigos ou parentes	7
	Rever a exposição permanente	6
	Ver uma nova exposição	4
	Total	17*

\* A questão permitia mais de uma resposta.

Entre os motivos de retorno ao MAO, "Trazer amigos ou parentes" ficou em primeiro lugar (sete ocorrências), o que mostra o potencial do museu para atrair diversos tipos de público, independente da distância. Rever a exposição permanente do MAO ficou em segundo lugar demonstrando que os visitantes têm consciência da impossibilidade de se apreender todas as informações em uma única visita ao MAO. Ver uma nova exposição no espaço do MAO foi o terceiro motivo apontado pelos

entrevistados que não moram em BH (quatro pessoas).

Os três motivos de retorno ao museu que apareceram no grupo dos não moradores foram também os que mais apareceram no grupo dos moradores. Conclui-se, portanto, que o que atrai a população local para o MAO é também o que atrai as pessoas que vêm de fora: rever a exposição, trazer novos visitantes e ver novas exposições.

A Questão 11 do Roteiro de entrevistas dos não moradores perguntava: “Qual a sua opinião sobre a política de ingressos do museu?”.

É importante esclarecer como se dá a política de ingressos do museu:

São cobrados quatro reais para visita à exposição permanente. No Quadro 3, abaixo estão os segmentos que recebem descontos<sup>24</sup>:

**Quadro 3: Grupos e Segmentos de Público que recebem descontos para a compra de ingressos no Museu de Artes e Ofícios**

MEIA ENTRADA (DOIS REAIS)	ENTRADA FRANCA
Estudantes com carteirinha da escola	Menores de 5 anos
	Grupos de escolas públicas com visita agendada
Menores de 21 anos com carteira de identidade	Professores que levam turmas ao museu e preenchem a ficha de avaliação da visita (passe livre por 1 ano).
	Organizações Não-Governamentais com visita agendada
Maiores de 60 anos com carteira de identidade	Guia Turístico com credencial da EMBRATUR
	Membros do ICOM com carteira de identificação.
Grupos de escolas particulares com visita agendada	Todos os visitantes aos sábados de 11 às 16:30 horas
	Todos os visitantes às quartas-feiras de 17 às 20:30 horas

A Tabela 45 traz a avaliação sobre a política de ingressos do MAO feita pelos moradores de Belo Horizonte.

<sup>24</sup> Informações disponíveis em <http://www.mao.org.br/port/informacoes.asp#visitas>.

**Tabela 45: Frequência de visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo a avaliação da política de ingressos do MAO**

		Frequência
<b>Avaliação da política de ingressos do MAO</b>	Boa, mas podem melhorar	2
	Boa	14
	Total	16

Grande parte dos entrevistados deste grupo considerou a política de ingressos boa (14 pessoas), no sentido de que atende a diversos setores da sociedade. Duas pessoas acham que a política de ingressos pode melhorar. Uma das solicitações é que o MAO ofereça entrada franca aos domingos, pois é neste dia que a maior parte da população não trabalha e pode ir ao museu. Outro entrevistado acha que o preço do ingresso deveria ser sugerido. Quanto a esta última opinião, tem-se a experiência relatada por Cristina Souza e Silva para o estabelecimento de custo de ingressos em um museu de Paris: o museu criou um cartaz contendo referenciais de preços de vários tipos de ingressos de outros produtos e serviços de lazer e cultura da cidade, deixando a cargo do visitante o pagamento do valor para aquele museu. Os pesquisadores notaram que o cartaz colocado na saída da exposição recebeu 12% mais divisas do que o mesmo cartaz quando colocado na entrada da exposição. (SILVA, 1989).

A coordenação do MAO poderia fazer um teste semelhante aos domingos, colocando os preços de outras opções de lazer da cidade, e deixando que o visitante pague o que achar justo para o museu. Isso poderia dar um retorno positivo para a instituição, pois oito entre as trinta e duas pessoas que responderam a esta pergunta acharam que o preço do ingresso estava “baratíssimo” e que o MAO poderia cobrar mais, desde que continue oferecendo dias gratuitos para todos. Uma destas pessoas é um morador, que fez uma comparação interessante entre a visita ao museu e um jogo de futebol:

Entrevistadora - Qual a sua opinião sobre a política de ingressos do MAO?

**Entrevistado nº 15 – (...) todo museu é barato demais, isso eu falo como opinião para valorizar, porque a pessoa vai a um campo de futebol, paga cinquenta, paga vinte, paga cambista. Eu sou professor, já lidei com mais de trinta mil alunos e eles sempre perguntam “quanto é a entrada?” e eu sempre respondo “é mais barato do que um jogo de futebol”.**

Sabe-se, entretanto, que a preferência pelo jogo de futebol, assim como por outros programas e serviços de entretenimento e lazer não está somente vinculada ao custo. Conforme relata Cazelli, em seu trabalho de doutorado *Ciência, Cultura, Museu, Jovens e Escolas: quais as relações?*, estão ocorrendo mudanças no padrão de consumo cultural devido à mundialização da cultura. Entre essas mudanças, está a valorização da chamada “cultura de saída”, que consiste na substituição da oposição “cultura erudita” versus “cultura popular” pela oposição entre “os que saem muito” versus “os que permanecem em casa”. Assim, não importa tanto a qualidade ou a variedade dos programas culturais, mas sim a quantidade de atividades feitas fora de casa durante o tempo livre. Com isso, as ofertas culturais que se enquadram dentro da chamada cultura erudita, ou cultura cultivada como museus, teatro, ópera, concertos de música clássica e outras, estão sendo desvalorizadas como símbolos de status. Em seu lugar entram as práticas de lazer e entretenimento da cultura de saída, como bares, cinemas, boates, shoppings, eventos esportivos, etc... (CAZELLI, 2005). Essa discussão sobre a mobilidade enquanto fator de diferenciação de grupos sociais também é tratada por Bauman. O autor alega que na atualidade “a mobilidade tornou-se o fator de estratificação mais poderoso e mais cobiçado (...)” (Ibid, 1999, p.16).

O que se percebe no campo específico dos museus é que cada vez mais são agregados produtos e serviços da cultura de saída (shows, lojas e cafés, por exemplo). Assim, a concepção do museu como um espaço de sociabilidade é reforçada, atraindo e cativando diversos tipos de público, na expectativa de que eles se interessem também por ofertas da cultura cultivada como as exposições e as bibliotecas dos museus.

Todos os entrevistados não moradores de Belo Horizonte consideraram “boa” a política de ingresso do MAO. Quatro entrevistados acharam que o preço do ingresso está barato. É o caso da entrevistada nº1, uma senhora de 65 anos, que não chegou a completar o primeiro grau e tem renda domiciliar mensal de R\$ 577,00. Essa pessoa demonstrou grande entendimento sobre o tema da exposição. Sua entrevista foi a primeira feita com o roteiro do pré-teste, mas foi uma das mais ricas em quantidade e qualidade de informações.

**Entrevistada – O ingresso está barato, podia ser dez reais. Olha o que tem de lindo aí... coisa preciosa, às vezes não o valor de preciosidade, mas tem muito mais valor do que se fosse uma pedra preciosa.**

A fala desta entrevistada que compara o valor dos objetos expostos pelo MAO com o valor das pedras preciosas pode ilustrar a relação entre patrimônio material e o patrimônio imaterial. Pois, apesar de se tratar, em grande parte, de ferramentas e utensílios de madeira, ferro, couro e pedra sem grande valor econômico, e em sua maioria já em desuso na sociedade atual, o acervo do MAO possui outro tipo de valor, percebido pela entrevistada. O valor da representação do esforço físico e do conhecimento dos trabalhadores brasileiros, que criaram, construíram e manusearam aqueles objetos. Esforço e conhecimento não são coisas tangíveis, mas podem se manifestar por meio dos objetos. A valorização daquilo que está impregnado e representado nos objetos é essencial para a legitimação do que se convém designar como Patrimônio, conforme ressalta Meneses:

(...) não existe Patrimônio que não seja definido a partir de sentidos e significações, de valores e, portanto, de entidades imateriais. Um objeto tem, em si, apenas propriedades físico-químicas. Não se pode vê-lo apenas dessa forma, mas a partir das significações (imateriais) produzidas pelas práticas sociais. (MENESES, 2007, p.51)

As Tabelas 46 e 47 expõem alguns fatores que podem ou não influenciar a decisão de se visitar o MAO, e no caso daqueles que influenciam, foi perguntado aos entrevistados se são positivos ou negativos.

A Tabela 46 apresenta a avaliação dos entrevistados que não residem em BH. A Tabela 47 apresenta a avaliação daqueles que residem. Serão comentadas as avaliações dos dois grupos em cada item da tabela, desta forma acredita-se que as comparações poderão ser mais bem explicitadas.

**Tabela 46: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo os fatores que podem influenciar uma visita ao MAO e se influenciam positivamente ou negativamente**

Fatores que podem influenciar uma visita	Não sei	Não	Sim	Positivo	Negativo	Total
Custos de uma visita (transporte, alimentação)	3	9	4	2	2	16
Estacionamento	10	2	4	0	4	16
Violência urbana	0	5	11	6	5	16
Divulgação da programação	0	0	16	3	13	16

**Tabela 47: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de BH, segundo os fatores que podem influenciar uma visita ao MAO e se influenciam positivamente ou negativamente**

Fatores que podem influenciar uma visita	Não sei	Não	Sim	Positivo	Negativo	Total
Custos de uma visita (transporte, alimentação)	0	10	6	3	3	16
Estacionamento	7	0	9	1	8	16
Violência urbana	0	7	9	1	8	16
Divulgação da programação	0	0	16	4	12	16

O fator “custos da visita” não incluía o preço do ingresso, pois este item foi avaliado separadamente; tratava-se aqui basicamente do valor do transporte e da alimentação. Este é o fator que menos influencia a decisão de se visitar o MAO, segundo os entrevistados (9 pessoas no grupo dos não moradores e 10 pessoas no grupo dos moradores).

O fator “estacionamento” não pôde ser avaliado por uma grande parcela dos entrevistados (10 pessoas no grupo dos não moradores e 7 pessoas no grupo dos moradores), pois elas não utilizaram carro para ir ao museu. Entre as que puderam avaliar (13 pessoas no total) quase todas disseram que o estacionamento é um fator negativo (doze pessoas).

Em relação ao fator “Violência urbana” é preciso esclarecer que as sete pessoas (seis não moradores e uma moradora de BH) que o consideraram “positivo”, o fizeram por perceberem que no entorno do MAO a violência urbana está mais bem controlada do que em outras cidades ou em outros locais de BH. Comparando os dois grupos de entrevistados, percebe-se que os moradores de BH têm uma visão muito mais crítica em relação à segurança na Praça da Estação do que os não moradores. Apenas cinco não moradores disseram que a violência urbana é um fator negativo, enquanto oito moradores afirmaram o mesmo.

A divulgação da programação foi o único item que todos os entrevistados consideraram influir na realização da visita. Grande parte deles considera que o museu não está bem divulgado, 25 pessoas no total o que sugere um ponto fraco do MAO. A falta de uma divulgação da programação expositiva, dos eventos musicais e de literatura promovidos pelo museu pode explicar porque tantos entrevistados não retornam ao MAO com frequência, conforme mostraram as Tabelas 28, 29 e 30.

As Tabelas 48 e 49 procuram explicitar outros dados sobre a relação entre o

MAO e a Praça da Estação, sob o ponto de vista dos visitantes do museu.

**Tabela 48: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo a possibilidade de frequentar a Praça da Estação, sem o MAO e segundo a possibilidade de frequentar o MAO caso a Praça da Estação não tivesse sido reformada**

		Frequência
<b>Possibilidade de frequentar a Praça, sem o MAO</b>	Sim	6
	Não	10
	Total	16
		Frequência
<b>Possibilidade de frequentar o MAO, sem a reforma da Praça</b>	Sim	11
	Não	5
	Total	16

No grupo dos moradores de BH (Tabela 48 acima), quando perguntadas se frequentariam a Praça se não houvesse o museu, dez pessoas responderam que não e seis pessoas disseram que sim.

Quando foi proposta a situação contrária (o museu sem a Praça reformada) as respostas praticamente se invertem, pois onze pessoas disseram que sim e cinco disseram que não. Estes dados demonstram que o grande atrativo para os entrevistados que residem em BH é o Museu de Artes e Ofícios. Contudo, entre as onze pessoas que iriam ao museu sem a reforma da Praça, cinco pessoas disseram “eu viria, mas a Praça é importante”. O que demonstra a percepção e o apreço das pessoas pelo ambiente integrado Praça – Edifício Estação Central – Museu.

Entre os entrevistados não moradores (Tabela 49 abaixo), nove pessoas disseram que não iriam à Praça da Estação se não houvesse o Museu de Artes e Ofícios. Porém, um número expressivo de sete pessoas disse que iria à Praça mesmo sem o MAO, o que aponta para o potencial daquele espaço público como um atrativo turístico independente do museu. Quando questionados sobre a possibilidade de irem ao MAO sem que a Praça tivesse sido reformada, doze pessoas deste grupo disseram que iriam, três disseram que não iriam. Para permitir a avaliação daqueles entrevistados que nunca tinham ido à BH, foram mostradas a eles imagens da Praça da Estação antes da reforma, por meio do multimídia de apresentação do MAO, que fica no saguão de entrada. Uma pessoa, mesmo vendo essas imagens, não se sentiu apta a responder e disse “não sei”.

**Tabela 49: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo a possibilidade de frequentar a Praça da Estação, sem o MAO e segundo a possibilidade de frequentar o MAO caso a Praça da Estação não tivesse sido reformada**

		Frequência
<b>Possibilidade de frequentar a Praça, sem o MAO</b>	Sim	7
	Não	9
	Total	16
		Frequência
<b>Possibilidade de frequentar o MAO, sem a reforma da Praça</b>	Sim	12
	Não	3
	Não sei	1
	Total	16

Em relação aos dados das Tabelas 48 e 49 (acima) é preciso considerar que a pesquisa foi aplicada nos visitantes do MAO, e não em todos os frequentadores da Praça. Se fosse feita uma pesquisa fora do museu, talvez os resultados fossem diferentes.

### 3.2.3 Encantamento e estranhamento

Esta é a parte principal deste capítulo para o alcance dos objetivos deste trabalho. Aqui serão apresentadas, analisadas e comparadas as respostas referentes às sensações e emoções dos entrevistados durante a visita ao MAO, buscando-se a identificação dos indicadores da experiência turística – o estranhamento e o encantamento. Contudo, será nas Considerações Finais que esta análise será sistematizada e categorizada, para que se possam verificar as hipóteses apresentadas na Introdução e a demonstrar os resultados obtidos.

A questão de nº 12 no Roteiro de Entrevistas dos moradores, bem como a de nº 14 no Roteiro de Entrevistas dos não moradores, perguntava se os entrevistados haviam gostado do MAO. Todos disseram que sim. Por conta disso, a pergunta referente aos fatores que desagradaram os visitantes não foi feita (14.2 para não moradores e 12.2. para moradores). Constata-se o alto nível de satisfação com a visita, já percebido pela pesquisa do Observatório de Museus e Centros Culturais realizada em 2006 (Tabela 6).

As Tabelas 50 e 51 trazem dados sobre o que mais agradou aos entrevistados no MAO, os ofícios ou objetos que lhes eram mais familiares e como eles se sentiram dentro do museu. O objetivo era obter informações sobre os

aspectos emotivos e cognitivos despertados durante a visita.

A Tabela 50 subsequente mostra os dados sobre o grupo dos entrevistados moradores. Percebe-se que a cozinha com o fogão à lenha foi a parte da exposição que mais agradou, não só pela afetividade das lembranças despertadas, mas também por aspectos estéticos, como relata a entrevistada nº 31:

Entrevistadora - Qual a parte da exposição você mais gostou?

**Entrevistada nº 31 – Gosto de cozinhar e aquele fogão é muito lindo! Fiquei encantada, ele é o ponto alto pra mim. Eu nunca vi fogão daquela maneira, formado de madeira e pedras.**

O Jardim das Energias e a Venda ficaram em segundo lugar na preferência dos entrevistados moradores de BH. Quatorze dos dezesseis entrevistados afirmaram que ao longo da visita puderam se lembrar de ofícios, de pessoas ou de situações já conhecidas. Dez pessoas disseram ter sentido saudade ao se lembrarem, duas pessoas sentiram emoção (não especificada) e duas acharam muito interessante ver o que lhes era familiar dentro de um museu, o que demonstra a idéia de que os museus são locais para coisas especiais, raras ou valiosas.

**Tabela 50: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo as partes da exposição que mais gostaram, o despertar de lembranças, os sentimentos trazidos pelas lembranças e segundo as partes ou objetos da exposição que despertaram lembranças ou eram familiares**

		Frequência
<b>Partes da exposição que mais gostaram</b>	Cozinha	6
	Jardim das Energias	3
	Venda	3
	Ofícios da Cerâmica	2
	Ofícios do Couro	2
	Ofícios do Fio e do Tecido	2
	Tudo	2
	Edifícios	1
	Farmácia	1
	Ofícios do Barbeiro e do Dentista	1
	Ofícios da Fundição	1
	Ofícios da Madeira	1
	Ofícios da Mineração	1
	Ofícios do Ourives	1
	Ofícios do Tropeiro	1
	Total	29*

\*A questão permitia mais de uma resposta

		Frequência
<b>Despertar de lembranças</b>	Sim	14
	Não	2
	Total	16

		Frequência
<b>Sentimento trazido pelas lembranças</b>	Saudade	10
	Emoção	2
	Achou interessante ver aquilo que já conhecia dentro do museu	2
	Total	14

		Frequência
<b>Partes da exposição ou objetos que despertaram lembranças</b>	Ofícios da Madeira	7
	Ofícios do Fio e do Tecido	6
	Jardim das Energias	4
	Fogão à lenha (ofícios da cozinheira)	3
	Ofício do Ferreiro	3
	Venda	3
	Estojo de lápis	1
	Ofício do Barbeiro e Dentista	1
	Ofício do Sapateiro	1
	Ofícios do Lambe-Lambe	1
	Ofícios do Tropeiro	1
	Pesos (ofícios ambulantes)	1
Ofício da Ceramista	1	

Ofícios do Queijeiro	1
Carro de boi (Ofícios do transporte)	1
Ofícios do Ourives	1
Total	37*

---

\* A questão permitia mais de uma resposta

---

Entre os ofícios que despertaram lembranças nos entrevistados moradores de BH, os mais citados foram os Ofícios da Madeira (7 pessoas) e os Ofícios do Fio e do Tecido (6 pessoas). É interessante observar que são dois ofícios pertencentes ao mundo do trabalho masculino e ao mundo do trabalho feminino respectivamente. Acredita-se que isso é um reflexo do grupo de entrevistados, pois metade era do sexo masculino e metade era do sexo feminino, o que aconteceu por acaso.

A Tabela 51 subsequente se refere às preferências do grupo dos não moradores de BH. Entre os doze ofícios ou grupos de ofícios apontados, os que mais apareceram foram: Cozinha, Barbeiro e Dentista, Tropeiro, Transporte, Fios e Tecido e a Proteção do Viajante. Vale observar que os edifícios que abrigam o MAO também foram citados duas vezes como partes do museu que mais agradaram aos entrevistados, assim como os equipamentos multimídias.

Onze pessoas que não moram em BH afirmaram que a visita ao museu despertou lembranças pessoais. Cinco pessoas afirmaram não terem se lembrado de nada durante a visita. As emoções e/ou sentimentos despertados pelas lembranças mais mencionados foram: Saudade de pessoas (4 vezes) e saudade de lugares ou de tempo passados (4 vezes). Duas pessoas acharam interessante o fato de terem visto um objeto ou ofício que lhes era familiar dentro de um museu. Duas pessoas ficaram emocionadas, mas não especificaram a emoção. Felicidade, orgulho e vontade de voltar ao passado foram mencionados uma vez.

**Tabela 51: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo as partes da exposição que mais gostaram, o despertar de lembranças, o sentimento das lembranças e segundo as partes da exposição que despertara lembranças ou eram familiares**

		Frequência
<b>Partes da exposição que mais gostaram</b>	Cozinha	2
	Edifícios	2
	Multimídia	2
	Ofício do Barbeiro e Dentista	2
	Ofícios do Tropeiro	2
	Ofícios do Transporte	2
	Ofícios do Fio e Tecido	2
	Proteção ao Viajante	2
	Jardim das Energias	1
	Ofícios Ambulantes	1
	Ofícios da Madeira	1
	Ofício da Mineração	1
	Ofício do Queijeiro	1
	Total	21*

\* A pergunta permitia mais de uma resposta.

		Frequência
<b>Despertar de lembranças</b>	Sim	11
	Não	5
	Total	16

		Frequência
<b>Sentimento trazido pelas lembranças</b>	Saudade de pessoas (antepassados)	4
	Saudade de lugares ou épocas	4
	Achou interessante ver aquilo que já conhecia dentro do museu	2
	Emoção	2
	Felicidade	1
	Orgulho	1
	Teve vontade de voltar ao passado	1
	Total	15*

\* A questão permitia mais de uma resposta.

		Frequência
<b>Partes da exposição ou objetos que despertaram lembranças</b>	Ofícios da Madeira	5
	Vários ofícios	5
	Jardim das Energias	4
	Barbeiro e Dentista	2
	Ofícios do Fio e do Tecido	2
	Ourives	2
	Tropeiros	2
	Alambique	1
	Cozinha	1
	Farmácia	1

Ferreiro	1
Minerador	1
Queijeiro	1
Tacho de cobre	1
Venda	1
Total	30*

---

\*A pergunta permitia mais de uma resposta.

---

Cinco pessoas disseram que vários ofícios lhes despertaram lembranças e eram familiares. Eram pessoas que demonstraram grande conhecimento sobre o assunto da exposição, como este senhor de 68 anos, nascido em Desterro de Minas, onde reside e tem uma fazenda com diversos objetos similares aos do acervo do MAO:

Entrevistadora - Alguma parte da exposição despertou lembranças?

**Entrevistado n° 17 – Vi vários, os tropeiros, o minerador...**

Entrevistadora - O que você sentiu ao se lembrar?

**Entrevistado n° 17 – Ah a gente fica feliz de ver que o nosso trabalho, no caso da minha família foi lembrado, está aqui no museu pra todo mundo ver, né? Dá orgulho.**

Entrevistadora - Você tem familiaridade com algum dos ofícios expostos?

**Entrevistado n° 17 – Com quase tudo que está aí.**

Entre os ofícios, grupos de ofícios ou objetos que despertaram as lembranças dos entrevistados não moradores, os mais citados foram os Ofícios da Madeira (5 pessoas) e o Jardim das energias (4 pessoas).

Entre os ambientes da exposição ou objetos que despertaram lembranças nos entrevistados dos dois grupos é interessante observar que o conjunto Ofícios da Madeira está em primeiro lugar, porém não foi apontado como uma das partes preferidas pelos entrevistados moradores, e entre os não moradores teve apenas uma citação. Isso demonstra que a familiaridade com o assunto não é o único elemento e nem o mais importante na construção de uma experiência de visita agradável para o público do MAO. Outras questões como a ambientação, beleza dos objetos e os equipamentos com informações dinâmicas e interessantes também influem nesse processo.

Os Ofícios da Cozinha e dos Fios e Tecidos foram os únicos ofícios que estiveram na preferência dos dois grupos de entrevistados. Sendo duas ocupações

tradicionalmente femininas, aponta-se um novo caminho para o estudo da exposição do MAO: a representação dos sexos no mundo do trabalho pré-industrial. Não foi possível investigar se é o museu quem, intencionalmente ou não, valoriza a mão de obra feminina em detrimento da masculina, ou se, por razões socialmente construídas, o trabalho feminino da época pré-industrial toca mais fundo às emoções dos entrevistados.

As Tabelas 52 e 53 apresentam a frequência de entrevistados que reconheceram e que compreenderam os objetos escolhidos para a aplicação do método da Lembrança Estimulada – já descrito na metodologia. Há ainda a identificação do número de entrevistados que não tiveram acesso aos objetos, por falta de sinalização. Na Tabela 52 tem-se o grupo dos entrevistados moradores:

**Tabela 52: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo o reconhecimento e o entendimento de objetos do MAO**

		Não foi ao local	Não lembra	Lembra	Entendeu	Não entendeu	Total
<b>Reconhecimento e entendimento dos objetos do MAO</b>	Moinho de fubá movido à água	0	0	16	8	8	16
	Fogão à lenha	3	0	13	13	0	16
	Ferro de passar à brasa	3	1	12	12	0	16
	Balança de pesar escravo	0	0	16	13	3	16

A tabela 53 representa o entendimento e o acesso aos objetos no grupo dos entrevistados não moradores:

**Tabela 53: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo o reconhecimento e o entendimento de objetos do MAO**

		Não foi ao local	Não lembra	Lembra	Entendeu	Não entendeu	Total
<b>Reconhecimento e entendimento dos objetos do MAO</b>	Moinho de fubá movido à água	0	4	12	6	8	16
	Fogão à lenha	6	0	10	10	0	16
	Ferro de passar à brasa	6	2	8	8	0	16
	Balança de pesar escravo	0	1	15	11	4	16

O Moinho de Fubá que é movido a água e se localiza no Jardim das Energias não foi lembrado por quatro entrevistados. Entretanto, metade das pessoas

entrevistadas (16 pessoas) não entendeu como ele funcionava e para que servia. Acredita-se que isso se deve à uma deficiência nas explicações sobre a peça, pois a única informação complementar junto ao objeto é uma placa que informa suas partes principais:



Imagem 14 Moinho de Fubá com placa Explicativa



Imagem 15 Placa explicativa

O Fogão à Lenha e o Ferro de Passar à Brasa não foram vistos por nove entrevistados que não foram ao Primeiro Andar do Prédio B porque não sabiam que fazia parte da exposição, como pode ser percebido pelo relato abaixo:

Entrevistadora - O senhor chegou a ir à parte da cozinha, dos fios e tecidos?

**Entrevistado nº 27 – Não estou lembrando, onde?**

Entrevistadora - No segundo prédio, tem uma escada e um elevador que levam para um outro andar, onde tem um fogão à lenha.

**Entrevistado nº 27 – Não, ah que pena!**

Assim, reforça-se a necessidade de melhoria na sinalização de acesso para essa parte da exposição. Por outro lado, os entrevistados que tiveram contato com aqueles objetos demonstraram um bom entendimento sobre seus funcionamentos e funções.

A Balança de Pesar Escravos foi vista e lembrada por quase todos os entrevistados (31 pessoas). Porém, sete pessoas não conseguiram dizer qual era a sua função específica. Acreditavam que se tratava de uma balança comum, o que pode ser percebido neste exemplo:

Entrevistadora - Por favor, diga o que lhe vem à mente quando olha para a foto desses objetos que estão na exposição permanente do museu:

*Foto da Balança de pesar Escravo.*

**Entrevistada nº 19 – É uma balança né?**

Entrevistadora - Você lembra pra que ela serve? É uma balança específica.

**Entrevistada nº 19 – Eu sei onde ela está, era de minério? De carga?**

Entrevistadora - Não ela foi usada para pesar escravos.

**Entrevistada nº 19 – Ah, pelo tamanho dela eu achei que era de carga.**

Neste caso, diferentemente do Moinho de Fubá, acredita-se que não há falta de informação para o público, mas sim falta de interesse do público pela informação textual, que está visível junto ao objeto, em forma de etiqueta já apresentada na página 77. O fato de que poucas etiquetas são lidas pelos visitantes e que a leitura, quando ocorre, é superficial, foi constatado em alguns estudos de público mencionados no trabalho de Cristina Souza e Silva em 1989.

As Tabelas 54 e 55 subsequentes apresentam dados direcionados para o estranhamento e o encantamento, os dois indícios da experiência turística, conforme relatado no Capítulo 1.

Primeiramente foram investigadas possíveis sensações e/ou emoções que pudessem apontar traços do estranhamento por parte dos entrevistados tanto em relação ao ambiente do museu, como em relação ao assunto tratado na exposição.

A Tabela 54 mostra a investigação sobre as sensações ou emoções no grupo dos entrevistados que moram em Belo Horizonte.

Quando perguntados sobre alguma sensação negativa dentro do museu, seis entrevistados disseram que sim, dentre estes, dois se referiram às sensações físicas como o calor no Prédio B. Quatro pessoas se sentiram desconfortáveis ou chocadas com a Balança de Pesar Escravos. Como mostra o entrevistado nº 30:

Entrevistadora - Você sentiu alguma sensação negativa dentro do museu?

**Entrevistado nº 30 – Deu uma coisa ruim, uma sensação ruim ver aquilo.**

(Balança de Pesar Escravos).

Outros tipos de sensações e/ou emoções negativas foram listadas para

estimular a fala dos visitantes, incluiu-se nesta lista o próprio estranhamento, além de: vergonha, confusão e desorientação. Dois entrevistados assumiram ter sentido vergonha dentro do museu. Com um deles isso se deu porque estava com crianças e elas não conseguiam se conter e tentaram tocar os objetos. Outro entrevistado, porém, assumiu que foi tomado de tamanha emoção por um objeto que não se conteve, passou dos limites e foi repreendido por um dos vigilantes:

Entrevistadora - Você sentiu alguma sensação negativa dentro do museu? Como por exemplo:

*Vergonha*

**Entrevistado nº 15 – Já, eu estava escrevendo o livro sobre carros de boi e tinha uma peça, eu entrei debaixo do carro de boi pra ver, mas eu não vi, quando percebi, eu já estava lá. (...) isso foi na primeira vez quando eu vim aqui. Aí quando eu estava lá chegou gentilmente o vigilante, “o senhor me desculpe, mas não pode ficar assim embaixo do carro de boi.”**

Um entrevistado disse ter se sentido confuso, sem saber como agir em relação ao local para guardar seus pertences, antes de entrar na exposição. Três entrevistados disseram ter se sentido, perdidos, sem saber aonde ir, por falta de sinalização que indicasse o Prédio B e o Primeiro Andar do Prédio B. Este é um problema ainda mais grave quando se sabe que a cozinha com o Fogão à Lenha juntamente com os Ofícios do Fio e do Tecido foram as partes mais comentadas e elogiadas pelos entrevistados, e estão localizadas justamente no Primeiro Andar do Prédio B. Portanto, muitas pessoas estão perdendo a apreciação do melhor conjunto de ofícios do museu, segundo as opiniões dos entrevistados. Além disso, conforme alerta Grinspum (2000), sentir-se desorientado dentro de um museu pode contribuir para uma experiência infeliz.

O estranhamento aconteceu com sete dos onze entrevistados moradores que responderam a essa parte da pesquisa. Entretanto, todos eles disseram que inicialmente não entendiam, ou não conheciam as peças, mas com as informações complementares das etiquetas, textos e multimídias conseguiram entender. Além disso, o fato de não conhecer o que o museu apresenta não foi um fator negativo para alguns entrevistados, como mostra este depoimento de uma pessoa que havia estado no MAO mais de quatro vezes:

Entrevistadora - Você sentiu alguma sensação negativa dentro do museu? Como por exemplo:

*Estranhamento, não está familiarizado com o que vê (não entende o que vê);*

**Entrevistado nº 15 – Hoje mesmo teve umas três peças que eu não sabia, eu achava que era uma coisa e era outra, ainda aparece, graças a Deus, a gente está sempre aprendendo.**

**Tabela 54: Frequência dos visitantes entrevistados residentes no município de Belo Horizonte, segundo o despertar de sensações negativas dentro do MAO, os tipos de sensação negativa, o despertar de sensações positivas dentro do MAO e segundo os tipos de sensação positiva**

		Frequência
<b>Despertar de sensações negativas</b>	Sim	6
	Não	10
	Total	16

		Frequência		
		Não	Sim	Total
<b>Tipos de sensação negativa dentro do MAO</b>	Vergonha (foi repreendido por fazer algo que não devia, por exemplo)	9	2	11*
	Confusão (não soube como agir, o que fazer em alguma situação)	8	3	11*
	Desorientação (sentiu-se perdido, sem saber aonde ir)	10	1	11*
	Estranhamento (não entende o que vê, espantado)	4	7	11*

\* Essa pergunta não constava no formulário de cinco entrevistados (pré-teste).

		Frequência
<b>Despertar de sensações positivas</b>	Sim	11
	Não	0
	Total	11*

\* Essa pergunta não constava no formulário de cinco entrevistados (pré-teste).

		Frequência		
		Não	Sim	Total
<b>Tipos de sensação positiva dentro do MAO</b>	Deslocamento no tempo (ter viajado para outra época)	1	10	11*
	Deslocamento no espaço (ter viajado para outro local)	4	7	11*
	Encantamento, fascinação por aquilo que vê, admirado	3	8	11*

\* Essa pergunta não constava no formulário de cinco entrevistados (pré-teste).

A Tabela 54 (acima) trata também das emoções e/ou sensações positivas durante a visita dos entrevistados moradores de BH. Todos os entrevistados disseram ter tido sensações e/ou emoções positivas, mas nenhum especificou qual ou quais seriam essas sensações ou emoções. Já em relação às sensações e/ou emoções sugeridas durante as entrevistas (deslocamento no tempo, deslocamento no espaço e encantamento), observa-se que a maior parte dos entrevistados, moradores de BH, que respondeu a essa parte da pesquisa confirmou a sensação

de deslocamento no tempo, a “viagem para outra época” (10 pessoas), sendo que grande parte dessas “viagens” foi para o passado do próprio entrevistado, como mostra o relato a seguir:

Entrevistadora - Você sentiu alguma sensação positiva dentro do museu? Como por exemplo:

*Viagem para outra época, qual?*

**Entrevistado nº 13 – A gente viaja, você vai lá na infância.**

A sensação de ter feito um deslocamento no espaço, como se estivesse em outro local diferente do museu, ou de Belo Horizonte, foi confirmada por sete entrevistados moradores de BH. Acredita-se que a “viagem no espaço” foi confirmada por um número menor de pessoas do que a “viagem no tempo”, devido à forma como se apresenta a exposição do MAO. Como já foi dito, a linguagem predominante é a didática. Os conjuntos expositivos permitem uma observação próxima do público em relação às peças, mas não chegam a inserir os visitantes em cenários que reproduzem o estilo de vida e o trabalho pré-industrial. Com isso, cabe aos próprios visitantes, por meio da memória e/ou da imaginação visualizar o ambiente em que aqueles objetos funcionariam.

O encantamento foi descrito para os entrevistados como uma fascinação, surpresa ou vontade de saber mais sobre o que foi visto no museu. Isso foi confirmado por oito entrevistados. Identificaram-se duas categorias de objetos que causaram encantamento nessas pessoas:

- Aqueles que são muito familiares, que remetem a memórias afetivas e que não imaginavam ver dentro de um museu. Dentro desta categoria temos, por exemplo, uma caixa de lápis de cor, que encantou o entrevistado nº 30:

Entrevistadora - Você sentiu alguma sensação positiva dentro do museu? Como por exemplo:

*Encantamento (fascinação, surpresa ou vontade de saber mais daquilo que não conhece)?*

**Entrevistado nº 30 – o que mais me encantou foi a caixa de lápis da carpintaria (...) me fez lembrar a época de estudante, no primário... eu gosto de coisas de escola.**

- Aqueles objetos que por seu porte, forma ou função surpreendem e causam espanto.

Entrevistadora - Você sentiu alguma sensação positiva dentro do museu? Como por exemplo:

*Encantamento, (fascinação, surpresa ou vontade de saber mais daquilo que não conhece)?*

**Entrevistado nº 32 – O moinho foi o mais incrível, pelo tamanho e a estrutura.**

No grupo dos não moradores (Tabela 55 subsequente), quando perguntados se sentiram alguma sensação negativa dentro do museu, sem que nenhum tipo de sensação ou emoção fosse sugerido, oito pessoas disseram que sim. Estes entrevistados apontaram espontaneamente as sensações físicas como os incômodos pelo calor na galeria B e a falta de luz no Prédio B (4 pessoas), a falta de sinalização foi mencionada por três pessoas e o impacto pela Balança de Pesar Escravos foi mencionado por uma pessoa.

Quando algumas sensações ou emoções negativas foram sugeridas pela entrevistadora, os entrevistados deram o seguinte retorno: Duas pessoas assumiram ter sentido vergonha dentro do museu. Uma delas estava acompanhada de crianças e sentiu vergonha porque elas colocavam as mãos nas peças. Outra entrevistada disse que se sentiu intimidada pelas câmeras de segurança do museu.

Nenhum dos entrevistados deste grupo sentiu-se confuso, sem saber como agir ou o que fazer dentro do museu. Entretanto seis, dos quatorze entrevistados disseram que se sentiram desorientados ou perdidos em alguma parte do museu. Como o entrevistado nº 20:

Entrevistadora - Você sentiu alguma sensação negativa dentro do museu? Como por exemplo:

*Desorientado / perdido (sem saber onde ir);*

**Entrevistado nº 20 – Eu senti um pouquinho perdido por onde começar, não sabia por onde começar a ver as coisas.**

É interessante observar que esta pessoa, assim como outras duas que se sentiram desorientadas dentro do MAO não foram instruídas sobre os espaços expositivos e não

receberam o folder com o mapa do museu, como mostra o trecho abaixo:

Entrevistadora - Como você avalia as condições do ambiente físico do museu? (temperatura e luminosidade das salas expositivas, barulho, etc...)

**Entrevistado nº 20 – Olha, só naquela parte de “quantos ofícios se faz um museu” (Túnel) não sei se tem porta de saída pra lá, parece que tem uma escada pra subir, mas não sei o que tem pra lá, se tem uma saída de emergência lá.**

Entrevistadora - O senhor não foi até o final do túnel?

**Entrevistado nº 20 – Não.**

Entrevistadora - O senhor passou pela recepção quando chegou?

**Entrevistado nº 20 – Passei, eu só peguei o ingresso.**

Entrevistadora - Não teve nenhuma explicação sobre quantos prédios tem o museu?

**Entrevistado nº 20 – Não.**

O folder do MAO não é distribuído aos sábados, quando a entrada é gratuita e a visita é expressiva (250 pessoas, em média). Contudo, nota-se a necessidade de um reforço na orientação aos visitantes, especialmente nesses dias. Atualmente o MAO conta com diversas placas de sinalização interna, ainda assim uma das entrevistadas, nº 14, disse que não tinha certeza se poderia entrar no Túnel que liga o Prédio A ao Prédio B, pois achou que era uma área restrita aos funcionários. De fato, percebe-se na sinalização interna uma linguagem direta e concisa que prioriza a informação, o que é correto, porém não fica claro a quem ela se dirige e assim, torna-se pouco convidativa e eficaz para alguns visitantes.



Imagem 16: Entrada do Túnel que liga a Galeria A à Galeria B



Imagem 17: Detalhe da placa de sinalização do Túnel



Imagem 18: Sinalização para o primeiro andar do Prédio B



Imagem 19: Detalhe da sinalização para o primeiro andar do Prédio B

As alternativas são muitas: colocar monitores em pontos estratégicos, fazer uma versão mais barata do folder que seja distribuída a todos os visitantes, colocar painéis ou totens que não só apontem o percurso, mas convidem as pessoas para prosseguir na exposição. Cabe à equipe do MAO estudar o que é melhor, dentro das possibilidades da instituição.

Quando perguntados se sentiram algum tipo de estranhamento em relação aos

ofícios ou peças dentro do MAO, oito pessoas não moradoras disseram que sim. As carrancas foram as peças mais citadas por estes entrevistados. Porém, todos eles afirmaram que conseguiram entender seu significado com as informações complementares dispostas em textos e nos computadores multimídias, como relatou a entrevistada nº 29:

Entrevistadora - Você sentiu alguma sensação negativa dentro do museu? Por exemplo:

*Estranhamento, não está familiarizado com o que vê (não entende o que vê);*

**Entrevistada nº 29 – Senti estranhamento diante de peças e ofícios desconhecidos, mas as legendas ajudam a parar para pensar e entender. Mas teve aquelas peças, as carrancas são peças que provocam impacto, susto.**

As carrancas são peças esculpidas em pedra ou madeira utilizadas por barqueiros para espantar os maus espíritos e proteger os navegantes durante as viagens. Estão expostas no Ofício do Carranqueiro, no conjunto Proteção do Viajante.



Imagem 20: Carrancas.

**Tabela 55: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo o despertar de sensações negativas dentro do MAO, o tipo de sensação negativa, o despertar de sensações positivas dentro do MAO e segundo os tipos de sensação positiva**

		Frequência
<b>Despertar de sensações negativas</b>	Sim	8
	Não	8
	Total	16

		Frequência		
		Não	Sim	Total
<b>Tipos de sensação negativa dentro do MAO</b>	Vergonha (foi repreendido por fazer algo que não devia, por exemplo)	12	2	14*
	Confusão (não soube como agir, o que fazer em alguma situação)	14	0	14*
	Desorientação (sentiu-se perdido, sem saber aonde ir)	8	6	14*
	Estranhamento (não entende o que vê, espantado)	6	8	14*

\* Essa pergunta não constava no formulário de dois entrevistados (pré-teste).

		Frequência
<b>Despertar de sensações positivas</b>	Sim	13
	Não	1
	Total	14

\* Essa pergunta não constava no formulário de dois entrevistados (pré-teste).

		Frequência		
		Não	Sim	Total
<b>Tipos de sensação positiva dentro do MAO</b>	Deslocamento no tempo (ter viajado para outra época)	6	8	14*
	Deslocamento no espaço (ter viajado para outro local)	7	7	14*
	Encantamento, fascinação por aquilo que vê, admirado	5	9	14*

\* Essa pergunta não constava no formulário de dois entrevistados (pré-teste).

As sensações positivas também foram investigadas no grupo dos não moradores. Como mostra a tabela acima, quando questionados se sentiram alguma sensação ou emoção positiva no MAO, treze dos quatorze entrevistados que não moram em BH, responderam que sim. Apenas uma pessoa disse que não, um senhor que veio de Curitiba e não manifestou grande entusiasmo com o museu, este entrevistado disse também que não pretender retornar ao MAO.

Entrevistadora - Você sentiu alguma sensação positiva dentro do museu?

**Entrevistado nº 22 – Olha, eu gostei, mas dizer assim que senti alguma emoção ou sensação diferente, não, acho que não.**

Assim como foi feito com os moradores, no grupo dos não moradores também foram sugeridas algumas sensações ou emoções, a fim de investigar reações de

encantamento entre os entrevistados. No grupo dos não moradores, oito pessoas confirmaram a sensação de ter viajado no tempo, enquanto seis disseram que isso não aconteceu. Sete pessoas disseram que viajaram no espaço e sete disseram que não. Nove pessoas afirmaram que se sentiram encantadas ou fascinadas com o museu, ou alguma parte dele, cinco negaram isso.

Três pessoas deste grupo negaram ter experimentado todas as sensações ou emoções que pudessem apontar para o encantamento. Uma delas é o entrevistado nº 22 que, como já foi comentado, não demonstrou grande entusiasmo pelo MAO. O entrevistado nº 32 afirmou que estava cansado, e não sentiu nenhuma das emoções sugeridas porque passou rapidamente pelo museu, percebe-se que não existiu a disposição deste visitante para embarcar nas possíveis “viagens” dentro do MAO. O terceiro entrevistado, embora tenha negado as três sensações/emoções positivas sugeridas pela entrevistadora, demonstrou grande entusiasmo pela exposição por já conhecer muitas peças ali expostas. Foi a mesma pessoa que afirmou ter sentido orgulho ao se lembrar de seus antepassados durante a visita. Trata-se do entrevistado nº 17:

Entrevistadora - Você sentiu alguma sensação positiva dentro do museu, como por exemplo:

Entrevistadora - Viagem para outra época, (deslocamento no tempo) qual?

**Entrevistado nº 17 – Não tanto assim, porque eu leio muito sobre isso e estou familiarizado, então não trouxe choque ou surpresa nenhuma o que eu vi.**

Entrevistadora - Estar em outro local, diferente de BH ou do museu, (deslocamento no espaço) qual?

**Entrevistado nº 17 – Não.**

Entrevistadora - Encantamento, fascinação por aquilo que não conhece?

**Entrevistado nº 17 – Não, não quer dizer que eu saiba tudo, mas eu sempre estudei, me interessei então acho que ficou bem assim.**

Os três entrevistados acima citados têm em comum certo distanciamento da exposição, seja porque não encontraram novidades (nº 17), porque não têm energia para investir na relação - não só as relações humanas precisam de energia! - (nº32), ou porque simplesmente o museu não correspondeu ao que ele esperava, (nº 22).

Fica demonstrado que o encantamento não depende só dos recursos técnicos e da qualidade do acervo exposto, mas também da disponibilidade do visitante para

se envolver com a proposta apresentada pelo museu.

É interessante observar que, alguns entrevistados do grupo dos não moradores citaram as coisas que mais os encantaram, e, mais uma vez, as carrancas foram o destaque:

Entrevistadora - Você sentiu alguma sensação positiva dentro do museu, como por exemplo: encantamento, fascinação por aquilo que não conhece?

**Entrevistado nº 16 – Tive em relação às carrancas, que são os animais com detalhes humanos, aquilo ali era uma coisa que eu desconhecia, tive vontade de saber um pouco mais.**

Percebe-se assim, que o que encanta pode também espantar e causar estranhamento, ou ainda, encantamento e estranhamento não são opostos, mas sim sentimentos, sensações ou emoções que se misturam em experiências ricas, como uma visita ao MAO.

Com o estudo das informações obtidas pela entrevistas, especialmente os dados expostos nas Tabelas 54 e 55 (cima), percebe-se que a visita à exposição permanente do MAO suscitou na maior parte dos entrevistados uma variedade de sensações e emoções. Por outro lado, algumas pessoas se mostraram “impermeáveis” quanto aos impactos afetivos, apesar de terem afirmado que gostaram do museu.

### **3.2.4 Perfil socioeconômico dos entrevistados**

A última parte do Roteiro de Entrevistas buscou informações sobre o perfil socioeconômico dos entrevistados e abriu espaço para observações complementares.

As Tabelas 56 e 57 expõem as frequências dos diversos níveis de escolaridade dos entrevistados. O nível de escolaridade entre os entrevistados que residem em Belo Horizonte é tratado na Tabela 56 abaixo.

**Tabela 56: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por nível de escolaridade**

Nível de escolaridade	Frequência
Sem escolaridade	0
Ensino fundamental incompleto	0
Ensino fundamental completo	2
Ensino médio incompleto	1
Ensino médio completo	1
Ensino superior incompleto	3
Ensino superior completo	6
Pós Graduação	3
Total	16

Percebe que 12 entrevistados têm nível de escolaridade alto, no mínimo, superior incompleto. Quatro pessoas informaram que tinham nível escolar igual ou inferior ao ensino médio completo. Destes quatro entrevistados, nenhum havia visitado o MAO antes. Um deles nunca havia estado em nenhum outro museu e disse que não tem o hábito de visitar museus. Os dois entrevistados com escolaridade igual ou inferior ao ensino médio, um não foi questionado sobre o hábito de visitas a museus, pois sua entrevista foi feita com o formulário do pré-teste, o outro afirmou já ter visitado vários museus.

Entre as pessoas que possuem, no mínimo, o curso superior incompleto (12 pessoas), quatro não responderam sobre o hábito de visitas a museus, pois foram entrevistadas com o formulário do pré-teste. Das oito pessoas que tinham alta escolaridade e foram questionadas sobre o hábito de visitas a museus, três disseram ser assíduas frequentadoras, uma delas afirmou: *“eu frequento mais museus do que a minha casa”* (Entrevistado nº 15).

A análise da escolaridade, juntamente com a o hábito de visitas a museus, leva a um ponto muito frisado por Bourdieu e Darbel em seus estudos sobre o público de museus: a escolaridade é um elemento essencial para o estímulo da “necessidade cultural” que “ao contrário das necessidades básicas” é produto da educação”. (2003, p. 69). Contudo, é bom lembrar que o hábito de visitar museus, também sofre a influência familiar, dos grupos sociais e dos meios de comunicação.

**Tabela 57: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, por nível de escolaridade**

Nível de escolaridade	Frequência
Sem escolaridade	0
Ensino fundamental incompleto	1
Ensino fundamental completo	0
Ensino médio incompleto	1
Ensino médio completo	3
Ensino superior incompleto	4
Ensino superior completo	6
Pós Graduação	1
Total	16

Entre o grupo dos não moradores, representado na Tabela 57 acima, nota-se também o alto nível escolar dos entrevistados, pois 7 pessoas já possuem o ensino superior completo e outras 4 estão cursando alguma faculdade, totalizando 11 pessoas. Cinco entrevistados possuem escolaridade igual ou menor ao ensino médio completo. Esses dados estão em consonância com a pesquisa realizada pela Belotur, em 2008, nela comprovou-se que 72,7% dos não moradores de BH atendidos nos postos de informação turística têm grau de instrução igual ou maior do que o ensino superior incompleto.

As tabelas 58 e 59 tratam do tipo de ocupação dos visitantes entrevistados.

**Tabela 58: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por tipo ocupação**

Tipo de ocupação	Frequência
Aposentado	6
Estudante	2
Professor	2
Empregado do setor público	1
Vigia	1
Pedreiro	1
Psicólogo	1
Costureira	1
Desempregado	1
Total	16

No caso do grupo dos moradores seis pessoas se disseram aposentadas, o que pode demonstrar a presença de um fator cada vez mais raro na sociedade atual, o tempo livre (ISAYAMA e LINHARES, 2006). Estudantes e professores ficaram empatados, com duas pessoas em cada uma das categorias. Mesmo quando se

investiga o público não escolar, os estudantes sempre têm uma grande representatividade, como mostra a Tabela 19.

No grupo dos entrevistados que não moram em BH (Tabela 59 abaixo), cinco pessoas se declararam estudantes; entre eles havia um senhor de 38 anos e morador da Região Metropolitana de BH. Seu depoimento ilustra o papel da escola no estímulo à visita ao MAO:

Entrevistadora - Por que você não veio antes a este museu?

**Entrevistado nº 20 – A universidade tem me dado a possibilidade de ver melhor a questão da arte não é? Até então, eu não tinha dado muita prioridade a essa questão, então, por exemplo, a gente ta estudando arte em direito e você é cobrado de ver algum museu, como o museu do trabalho, parece que não tem nada a ver, mas tem. Essa necessidade de buscar conhecer um pouco essa questão da arte.**

Ressalta-se também a presença de dois aposentados e dois professores.

**Tabela 59: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, por tipo ocupação**

Tipo de ocupação	Frequência
Estudante	5
Aposentado	2
Professor	2
Administrador de empresa	1
Auxiliar de serviços gerais	1
Contador	1
Empregado do setor público	1
Engenheiro	1
Jornalista	1
Recepcionista	1
Total	16

Percebe-se a predominância de três categorias de ocupação entre todos os entrevistados: aposentados (somavam 8 pessoas), estudantes (7 pessoas no total) e os professores (4 pessoas).

As Tabelas 60 e 61 mostram a frequência dos entrevistados por local de trabalho ou estudo. A intenção foi investigar se os entrevistados trabalhavam ou estudavam em locais próximos ao MAO e como isso influiria na frequência de visita ao museu.

**Tabela 60: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por local de trabalho ou estudo**

Local de trabalho ou estudo	Frequência
Bairro Padre Eustáquio	2
Bairro Lourdes	1
Bairro Venda Nova	1
Ibirité (região metropolitana) e região Hospitalar de BH	1
Nova Lima (região metropolitana)	1
Bairro Pampulha	1
Ouro Preto, MG	1
Bairro Mangabeiras	1
Bairro Caiçara	1
Total	10

No grupo dos moradores do município de Belo Horizonte, apenas três entrevistados informaram que trabalham na mesma região ou em bairros próximos ao MAO: um em Lourdes (bairro da Região Centro-Sul), um na região hospitalar que é vizinha ao MAO e um no bairro Mangabeiras que, embora mais distante, também fica na Região Centro Sul da cidade. Destes três entrevistados, dois nunca haviam estado antes no museu e um havia ido ao MAO há mais de um ano. O bairro Padre Eustáquio, o mais freqüente neste grupo, fica na Região Noroeste que, embora não seja muito próxima ao MAO, é servida de metrô e de diversas linhas de ônibus que passam pelo centro da cidade, onde está o museu.

No grupo dos não moradores, nem mesmo aqueles residentes na Região Metropolitana de BH, trabalhavam próximos ao museu.

**Tabela 61: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, por local de trabalho ou estudo**

Local de trabalho ou estudo	Frequência
Contagem – Região Metropolitana de BH	2
Alto Horizonte – Goiás	1
Betim – Região Metropolitana de BH	1
Governador Valadares	1
Itaúna – Região Metropolitana de BH	1
Ouro Preto	1
São Gabriel – Bairro de Belo Horizonte	1
Uberlândia	1
Curitiba – Paraná	1
Rio de Janeiro – Rio de Janeiro	1
São Paulo – São Paulo	1
Lisboa	1
Venâncio Aires – Rio Grande do Sul	1
Total	14

Os dados colhidos durante as entrevistas demonstraram que o fato de trabalhar ou estudar perto ou longe do MAO não influenciou na frequência das visitas dos entrevistados.

As tabelas 62 e 63 tratam da faixa de renda domiciliar mensal dos entrevistados.

**Tabela 62: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, por renda domiciliar mensal**

Renda domiciliar mensal bruta	Frequência
Até 466 reais	0
De 466 a 500 reais	0
De 500 a 999 reais	1
De 1.000 a 1.999 reais	3
De 2.000 a 3.999 reais	4
De 4.000 a 4.999 reais	3
Igual ou acima de 5.000 reais	4
Não sei	1
Total	16

No grupo dos entrevistados que moram em BH, percebe-se uma maior concentração de renda, pois onze pessoas declararam possuir renda domiciliar mensal acima de dois mil reais. Quatro pessoas declararam ter renda domiciliar mensal abaixo de R\$1.999,00. Um entrevistado (estudante) afirmou que não sabia.

**Tabela 63: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, por renda domiciliar mensal**

Renda domiciliar mensal bruta	Frequência
Até 466 reais	0
De 466 a 500 reais	0
De 500 a 999 reais	4
De 1.000 a 1.999 reais	3
De 2.000 a 3.999 reais	2
De 4.000 a 4.999 reais	2
Igual ou acima de 5.000 reais	3
Não sei	1
Não respondeu	1
Total	16

Entre os entrevistados que não moram em BH (Tabela 63, acima), sete pessoas declararam ter como renda domiciliar mensal, mais de dois mil reais. Outras

sete declararam ter menos de dois mil reais. Uma pessoa (estudante) disse que não sabia. Uma pessoa (a visitante portuguesa) se recusou a responder.

A respeito da recusa de algumas pessoas em responder a determinadas questões, Bourdieu e Darbel alertam: “(...) a proporção dos “sem resposta” varia muito em função do tipo de questão e da classe social.” (2003, p.28,29). Acredita-se que este foi o caso da entrevistada portuguesa, que não se sentiu à vontade para revelar sua renda em Euros para uma pesquisa que ocorre no contexto da economia brasileira.

Pode-se dizer que a maior parte dos entrevistados possui uma situação econômica bastante confortável, em comparação com a média da população brasileira (IBGE, 2000). Fazendo-se uma relação com o hábito de visitas a museus e com a escolaridade, percebe-se, conforme disseram Bourdieu e Darbel (2003), que quanto maior a escolaridade, maior é a renda e maior a frequência de visitas aos museus.

As Tabelas 64 e 65 apresentam a frequência de entrevistados segundo o tipo de sugestão ou opinião dada sobre o MAO ou sobre a pesquisa.

No grupo dos moradores seis pessoas não fizeram nenhuma reclamação, crítica ou sugestão sobre a pesquisa ou sobre o MAO.

Entre as sugestões dadas pelos entrevistados moradores de BH, as mais frequentes foram aquelas relativas às visitas guiadas e à divulgação.

**Tabela 64: Frequência dos visitantes entrevistados, residentes no município de Belo Horizonte, segundo sugestões, críticas ou elogios a esta pesquisa ou ao MAO**

Sugestões, críticas ou elogios a esta pesquisa ou ao MAO	Frequência
Não	6
Gostaria que o MAO oferecesse visitas guiadas	3
Divulgar mais	3
Aumentar a iluminação do primeiro andar do Prédio B	1
Colocar acervo ferroviário	1
Diminuir o calor no Prédio B	1
Abrir janelas no primeiro andar do Prédio B	1
Total	16

No grupo dos não moradores (Tabela 65 abaixo) dez pessoas não emitiram nenhuma opinião. Uma pessoa achou interessante participar da pesquisa. Uma pessoa disse que gostaria de ter mais informações sobre as peças; este entrevistado, de 68 anos, forneceu diversas informações sobre o acervo, como se pode perceber no trecho abaixo:

Entrevistadora - Você gostaria de acrescentar alguma informação, opinião ou sugestão sobre essa pesquisa ou sobre o MAO?

**A meu ver, no museu é difícil, porque aqui é uma coisa de massa, são muitas peças, mas o ideal é que se encaminhasse para, por exemplo, um documento, Ao invés de ser apenas um folder, alguma coisa que relatasse a história dessas peças, dizendo por que elas são assim. Gostaria de ter mais informações sobre as peças. Por exemplo, eu tenho lá duas peças chamadas silhão, você conhece? Silhão é o arreio, a montaria da mulher, que tinha que montar nesta posição que está aqui, porque a mulher, até o ano de 1950, mais ou menos, não usou calça comprida, e só podia sentar nessa posição. Então, o cavalo ia olhando para lá e ela, para cá. Devia ser um negócio muito esquisito, mas minha mãe usava e tenho o silhão que foi dela e outro que foi da minha avó. Então, quando eu disser a respeito de um silhão, é muito mais importante que eu diga por que existiu o silhão. O silhão existiu porque a moral da época não permitia que a mulher viajasse daquele jeito, com as pernas abertas em cima de um arreio. Ela se punha à mostra. A época recomendava dessa maneira, portanto aquela peça era daquele jeito.**

A necessidade de melhorar a sinalização interna só foi mencionada por um entrevistado no grupo dos moradores de BH, embora tenha ficado evidente durante a avaliação dos objetos com o método da Lembrança Estimulada (Tabelas 52) que seis pessoas deste grupo não chegaram a todos os espaços expositivos por falha na sinalização.

**Tabela 65: Frequência dos visitantes entrevistados, não moradores de BH, segundo sugestões, críticas ou elogios a esta pesquisa ou ao MAO**

Sugestões, críticas ou elogios a esta pesquisa ou ao MAO	Frequência
Não	10
Achou interessante a pesquisa	1
Mais informações sobre as peças	1
Oferecer teatro para crianças	1
Melhorar a sinalização interna	1
Gostaria que o MAO oferecesse visitas guiadas	1
Gostaria de tirar fotos na exposição	1
Total	16

A solicitação para que o MAO ofereça visitas guiadas apareceu nos dois grupos de entrevistados. Contudo, percebe-se que tanto no grupo dos moradores como no grupo dos não moradores houve poucas críticas e sugestões para o museu. Esse comportamento pode ser entendido como uma satisfação sincera em relação à experiência da visita ou, como relatam Bourdieu e Darbel (2003), uma insegurança em ser denunciado por algum gesto ou atitude, como uma pessoa que não pertence àquele mundo.

Não será significativo que, convidados a dar sua opinião sobre as obras e sua apresentação, os visitantes menos cultos manifestem uma aprovação total e maciça (...) como se quisessem exprimir que sabem dar valor ao que lhes foi oferecido pelo museu? (Ibid., p. 83).

Acredita-se que alguns entrevistados tenham tido o comportamento acima descrito, pois, algumas pessoas que não foram bem orientadas pela sinalização interna do museu, não fizeram nenhuma crítica à instituição, como a entrevistada nº 18, de 75 anos, que não viu o primeiro andar do Prédio B:

**Entrevistada nº 18 – Eu acho que eu vi tudo, mas talvez eu não vi, por exemplo, tem uma escada lá que eu não sei se é pra subir, eu não subi.**

Entrevistadora - A senhora chegou a ver a parte da costura, do fogão à lenha?

**Entrevistada nº 18 – Não.**

Entrevistadora - Então foi essa escada que a senhora não subiu.

**Entrevistada nº 18 – É. Deve ser.**

Entrevistadora - Você gostaria de acrescentar alguma crítica, informação, opinião ou sugestão sobre essa pesquisa ou sobre o museu?

**Entrevistada nº 18 – Não, está tudo certo.**

Com a análise das sugestões, opiniões e críticas dos entrevistados encerra-se este capítulo. Acredita-se que a análise estatística descritiva das entrevistas levantou diversas informações úteis não só para a própria pesquisa, mas também para a instituição estudada. Nas considerações finais do trabalho as informações relevantes serão sistematizadas, a fim de se expor as contribuições para o MAO e para o campo museológico.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho procurou estudar as diversas experiências que o Museu de Artes e Ofícios proporciona aos seus visitantes.

Entre os objetivos específicos propostos para esta pesquisa, estava a sistematização e a análise dos dados considerados relevantes coletados pelo Observatório de Museus e Centros Culturais, Pesquisa Perfil-Opinião aplicada em 2006, no Museu de Artes e Ofícios. Este objetivo foi alcançado, seus resultados contribuíram para o andamento de todo o trabalho e constam no Capítulo 3.

O segundo objetivo específico proposto foi a análise da relação entre morador e museu, por meio da investigação do processo de apropriação dessa instituição enquanto equipamento cultural e de lazer, pelos moradores de Belo Horizonte. Para alcançar este objetivo fez-se necessário o levantamento de informações sobre a história do espaço ocupado hoje pelo MAO (Edifícios Central do Brasil e Oeste de Minas) e de seu entorno, a Praça da Estação, o que consta no Capítulo 2. Algumas informações foram também inferidas a partir dos dados do OMCC. Porém, a relação morador/museu foi mais profundamente trabalhada na segunda parte do Roteiro de Entrevistas aplicado aos entrevistados moradores de Belo Horizonte.

De modo geral, percebe-se que os moradores de BH desenvolveram uma relação de admiração para com o MAO, principalmente pelo trabalho realizado de recuperação dos edifícios da Rede Ferroviária. Como a instalação do museu foi o primeiro passo para a requalificação da Praça da Estação, alguns moradores chegam a identificar o MAO com o poder público e acreditam que a gestão do entorno é feita dentro do museu. Outra característica da relação entre morador e museu demonstrada tanto nos resultados do OMCC, como nas entrevistas, é que, por um lado, a maior parte dos belorizontinos não vai ao museu com frequência. Deve-se lembrar que esta é uma realidade não só para o MAO, mas para a grande parte dos museus brasileiros que são pouco visitados pela população local. Por outro lado, percebe-se a aceitação e o reconhecimento do museu como um importante equipamento de lazer da cidade e também como um atrativo turístico, pois a maior parte dos entrevistados gostaria de retornar e de trazer pessoas que ainda não conhecem o museu.

O terceiro objetivo específico desta pesquisa foi analisar a relação entre não

moradores de Belo Horizonte e o MAO, por meio da investigação do espaço museológico enquanto atrativo turístico. Este objetivo foi trabalhado com maior ênfase no Capítulo 3, por meio da análise das respostas à segunda parte do Roteiro de Entrevistas direcionado aos não moradores.

De acordo com o que foi informado pelo grupo de entrevistados não moradores, o museu não está bem divulgado como um atrativo turístico. Pode-se notar a exceção dos moradores da Região Metropolitana, que chegam a ir a BH com o objetivo principal de visitar o museu. Não há, da parte do MAO, nenhuma estratégia direcionada ao fomento de sua utilização como equipamento turístico da cidade, como o desenvolvimento de parcerias e a atenção especial ao setor turístico de Belo Horizonte. Entretanto, foram percebidos diversos aspectos do museu que podem fazer a diferença em seu potencial enquanto atrativo turístico: o tipo de acervo, a temática da exposição e a qualidade das instalações físicas do museu; a localização central e próxima a diversos hotéis; a divulgação no guia turístico da cidade, que é distribuído nos postos de informação da BELOTUR; os textos e etiquetas em língua estrangeira (Inglês, francês e espanhol) dispostos em toda a exposição permanente.

Desta forma, pode-se dizer que o MAO tem um grande potencial turístico, e vem se desenvolvendo como um atrativo por suas próprias qualidades. Mas, como foi percebido, o museu ainda não dialoga com os profissionais do setor de turismo que poderiam responder pela “venda do produto MAO”, fomentando a visita, que hoje está em torno de 92 mil pessoas por ano<sup>25</sup>.

O quarto objetivo específico da presente pesquisa era identificar as demandas e contribuições que moradores e não moradores trazem para o Museu de Artes e Ofícios. A frequência das principais opiniões e sugestões explicitadas pelos entrevistados foi apresentada nas Tabelas 64 e 65. Contudo, ao longo de todo o trabalho podem ser encontrados trechos de entrevistas onde se verificam diversas solicitações e sugestões dos visitantes entrevistados. A maior parte dessas demandas talvez já seja conhecida ou intuída pela própria equipe do museu. Entretanto, não há, até o momento de elaboração deste trabalho, uma sistematização dessas solicitações e menos ainda uma investigação sobre o que deveria ser prioritário no trabalho de aprimoramento da relação museu-visitante. Abaixo estão relacionadas demandas que não constam nas Tabelas 64 e 65 por

---

<sup>25</sup> Dados do ano de 2008. Fonte: Museu de Artes e Ofícios.

ordem decrescente de importância, seja porque apareceram mais nos depoimentos ou porque foi percebido que são essenciais para a qualidade da visita:

1. Investimento em divulgação, com ênfase na divulgação do horário de funcionamento diferenciado (quarta-feira até 21 horas e finais de semana de 11 às 17 horas). As classes populares, que não têm hábito de visitar museus, mas sentem-se identificadas com a exposição permanente do MAO foram apontadas como público potencial para a divulgação. Compõem-se especialmente de pessoas que freqüentam e trabalham na Praça da Estação, pessoas que estão em outros atrativos culturais da cidade como Mercado Central e Feira de Artesanato da Avenida Afonso Pena, pessoas que têm contato com o Jornal do Ônibus;
2. Sinalização interna com linguagem mais chamativa e convidativa que comunique melhor com os visitantes, especialmente aqueles que não têm costume de visitar museus. A idéia é deixá-los à vontade para a utilização dos elevadores, estimulando-os e direcionando-os para irem ao Prédio B e principalmente ao Primeiro Andar do Prédio B;
3. Elaboração de folder que possa ser distribuído a todos os visitantes, inclusive nos dias de entrada franca;
4. Informações mais ricas sobre as peças do Jardim das Energias, utilizando uma linguagem mais visual e menos textual.
5. Melhoria na climatização da Galeria e do Prédio B;
6. Melhoria na iluminação do Primeiro Andar do Prédio B;
7. Parceria ou convênio com estacionamentos privados que se localizam nas proximidades do museu.
8. Manutenção sistemática dos computadores multimídia;
9. Colocação de mais etiquetas interpretativas sobre as peças, nos moldes da etiqueta da Balança de Escravos (página 77), privilegiando informações sobre os contextos históricos e sócio-culturais nos quais os objetos foram construídos e usados.
10. Concepção de um espaço expositivo reservado à história dos Edifícios que abrigam hoje o museu.
11. Realização de outros estudos de público. Faz-se especial recomendação para uma pesquisa qualitativa junto aos visitantes “especialistas” nos assuntos

tratados na exposição permanente; pessoas em geral com mais de 60 anos, que tiveram ou têm contato direto com os ofícios e objetos expostos. O próprio público será utilizado como fonte primária de pesquisas sobre o acervo. Outro nicho a ser investigado é o não-público do museu, pessoas que usufruem da Praça da Estação, mas não entram no MAO.

12. Maior diálogo com o setor turístico de BH. O início deste diálogo poderia se dar com agências de turismo receptivo onde se destacam: Beagatour, Exata turismo, Máster Turismo, Pampulha Turismo e Sangetour<sup>26</sup>. Além de Hotéis localizados na região Central da cidade.
13. Ações integradas com outros museus da cidade e da região. Com especial atenção à variedade de dias e horários de fechamento, para que o não-morador encontre opções de museus todos os dias e horários. Entre os potenciais parceiros, destacaram-se o Museu Histórico Abílio Barreto, que conta a história da capital mineira, e o Centro de Arte Contemporânea de Inhotim (CACI), a instituição mais citada entre os entrevistados.
14. Experiência piloto com a política de ingressos, adotando o Preço Sugerido aos domingos.
15. Diversificação dos produtos vendidos na loja do museu, com inclusão de objetos emblemáticos de Belo Horizonte, Minas Gerais e Brasil, que chamam a atenção do mercado turístico.

Além dos objetivos específicos acima comentados, esta pesquisa buscou principalmente realizar uma comparação entre as experiências de moradores e não moradores de Belo Horizonte que visitam o museu. O alcance desse objetivo foi demonstrado com a organização das tabelas do Capítulo 3, onde as respostas de moradores e não moradores foram sistematizadas, comparadas, ilustradas com trechos das entrevistas e analisadas com base na bibliografia estudada.

Contudo, vale ressaltar que a comparação se direcionava especialmente à identificação dos indícios da experiência turística: o encantamento e o estranhamento. Para pontuar o caminho a ser percorrido pela pesquisadora, foram formuladas quatro hipóteses que poderiam se provar verdadeiras ou não, na medida em que a pesquisa evoluísse.

- Hipótese I - A definição de “Turismo” defendida pela Organização Mundial

---

<sup>26</sup> Fonte: BELOTUR: Estatísticas de Atendimento dos Postos de Informação. 2006.

de Turismo ainda não é suficiente para abarcar a complexidade desse fenômeno.

No capítulo I foi apresentada a definição atual de Turismo da Organização Mundial do Turismo:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual, para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. (Organização Mundial do Turismo, 2006, p.17).

A insuficiência apontada pela Hipótese I refere-se à relação “naturalizada” e dependente entre o turismo e o deslocamento espacial defendida no enunciado acima e que, como foi demonstrado também no Capítulo 1, é questionada por diversos estudiosos do campo. Além do questionamento teórico, os depoimentos dos visitantes coletados nos livros de opiniões do MAO no primeiro semestre de 2009, bem como os depoimentos dos entrevistados demonstraram que a semente do turismo não está no deslocamento ou nas horas passadas dentro de um avião, automóvel ou outro meio de transporte, mas sim na relação entre o indivíduo e o espaço que o cerca, onde o primeiro sinte-se fora de sua “residência habitual” quando inserido no segundo. A essa semente foi dado o nome de “experiência turística” neste trabalho.

É preciso ressaltar que a OMT tem um perfil regulador e gerencial o que pode ser notado a partir da listagem de seus comitês internacionais, onde não existe nenhum que seja direcionado ao debate ou estudo teórico do turismo<sup>27</sup>. Ao contrário da museologia, que deve ao Comitê Internacional de Museologia (ICOFOM) do Conselho Internacional de Museus (ICOM) grandes avanços no debate sobre a natureza, as funções e definições do fenômeno Museu.

A segunda hipótese foi formulada a partir das seguintes perguntas: o que faz com que uma pessoa possa se sentir um turista, mesmo permanecendo na sua localidade de residência habitual? Quais os indícios ou características da experiência turística?

---

<sup>27</sup> Fonte [http://www.unwto.org/aboutwto/index\\_s.php](http://www.unwto.org/aboutwto/index_s.php) Acesso em 20 de janeiro de 2010. Tradução nossa.

- Hipótese II - Sensações e emoções de encantamento e estranhamento são características marcantes da experiência turística.

Esta hipótese contém o ponto chave para o desenvolvimento deste trabalho. A identificação do encantamento e do estranhamento como características da experiência turística se deu com a contribuição de uma área do conhecimento próxima ao turismo e à museologia, a sociologia. Foi percebido que sentir-se um turista, ou seja, alguém que está fora de casa, pode acontecer quando se está em um ambiente não familiar, onde são encontradas coisas ou situações (extra)ordinárias, que podem encantar e/ou espantar, mesmo que geograficamente se esteja dentro da localidade de residência habitual. Assim, denominaram-se as emoções e/ou sensações de encantamento e estranhamento como fatores indicativos da experiência turística.

- Hipótese III - Dentro do Museu de Artes e Ofícios as características da experiência turística aparecem também em relatos de visitantes moradores;

Os museus, enquanto espaços de representação, são lugares onde a realidade local se faz presente em maior ou menor escala. No caso dos museus tradicionais ortodoxos o diálogo com a comunidade local se dá de várias formas. Os limites da representação na exposição são os parâmetros éticos da instituição, juntamente com os recursos financeiros e técnicos disponíveis. Este é o caso do Museu de Artes e Ofícios. O estudo das características expositivas do MAO, relatado no Capítulo 2, mostrou que, uma vez em contato no ambiente expositivo do mundo do trabalho pré-industrial no Brasil, todos os visitantes são inseridos em um ambiente diferenciado em relação ao que se encontra fora do museu. Isso faz com que também os moradores da cidade possam “embarcar nas viagens” propostas pelo MAO, como mostraram esses dois entrevistados, ambos residentes da capital mineira:

Entrevistadora - Você sentiu alguma sensação positiva dentro do museu? Por exemplo: Viagem para outra época, qual?

**Entrevistado nº 32- Sim, por causa das ferramentas, fiquei lembrando o passado, gostei.**

Entrevistadora - Estar em outro local, diferente de BH ou do museu, qual?

**Entrevistado nº 32 - Sim, sensação de estar naquele momento lá, das peças.**

Entrevistadora - Encantamento, fascinação por aquilo que não conhece?

**Entrevistado nº 32 - O moinho foi o mais incrível.**

Entrevistadora - Você sentiu alguma sensação negativa dentro do museu? Por exemplo: Estranhamento, não está familiarizado com o que vê (não entende o que vê);

**Entrevistada nº 28 - É, tem algumas coisas que a gente não sabe, não conhece, não é? Tem umas esculturas ali no início, que são meio estranhas. (Carrancas).**

Entrevistadora - Você sentiu alguma sensação positiva dentro do museu? Por exemplo: Viagem para outra época, qual?;

**Entrevistada nº 28 - Senti, parecia que eu estava na infância, não é, até antes, mais antigamente.**

Entrevistadora - Estar em outro local, diferente de BH ou do museu, qual?;

**Entrevistada nº 28 - É, aqui nem parece Belo Horizonte, não é? A gente que mora nem imagina que tem um negócio desse na cidade.**

Entrevistadora - Encantamento, fascinação por aquilo que não conhece?

**Entrevistada nº 28 - Fiquei encantada com tudo, com o prédio, que é muito bonito.**

Percebe-se pelos depoimentos acima que os moradores de BH também experimentaram o estranhamento e o encantamento considerados como as características da experiência turística, confirmando assim, a Hipótese III.

- Hipótese IV - Os visitantes do Museu de Artes e Ofícios podem ser divididos em quatro grupos: 1- visitantes moradores de Belo Horizonte que vivenciam uma experiência turística dentro do museu; 2- visitantes moradores de Belo Horizonte que não vivenciam uma experiência turística dentro do museu; 3- visitantes que não residem em Belo Horizonte e desenvolvem uma experiência turística dentro do Museu e 4- visitantes que não residem em Belo Horizonte e não desenvolvem uma experiência turística dentro do museu.

Diante dos dados objetivos e subjetivos apresentados no Capítulo 3 e com base na bibliografia referenciada ao longo deste trabalho, foi identificado nas falas dos entrevistados um padrão de resposta que aponta diretamente para a vivência de uma experiência turística:

- As respostas positivas referentes às sensações de deslocamento no tempo e/ou deslocamento no espaço durante a visita.

No total, 18 pessoas responderam positivamente, os entrevistados nº 7, 10,

11, 12, 13, 14, 17, 18, 19, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 31 e 32. Destes, nove não residiam em Belo Horizonte e nove residiam.

Desta forma, identificam-se dois grupos de visitantes propostos pela Hipótese IV: Os visitantes não moradores que desenvolvem uma experiência turística dentro do MAO e os visitantes moradores de BH que também desenvolvem uma experiência turística no museu.

Por dedução, os dois outros grupos propostos na Hipótese IV também puderam ser identificados: o grupo dos visitantes moradores que não desenvolvem uma experiência turística no MAO se compõe dos entrevistados nº 5, 6, 8, 16, 3, e 25. O grupo dos visitantes não moradores que não desenvolvem uma experiência turística no MAO é composto pelos entrevistados nº 1, 2, 9, 15, 20, 23 e 30.

Assim a última hipótese desta pesquisa pôde ser comprovada.

Porém, é preciso atentar para o que realmente foi verificado com o padrão de respostas acima. Na verdade, foram identificados somente os entrevistados que fizeram uma “viagem no tempo e no espaço” para fora do MAO, mas e quanto àqueles que se sentiram turistas justamente porque estavam no MAO? Para investigar esse tipo de relação entre visitante e museu foi preciso investigar outras possíveis formas de expressão do encantamento e do estranhamento.

Dessa forma, todas as entrevistas foram novamente analisadas, estabelecendo-se mais três padrões de respostas, além da sensação de deslocamento no tempo e no espaço, nos quais há indícios da experiência turística:

- Expressões de encantamento e/ou estranhamento com o ambiente, pelo fato de visitar um museu pela primeira vez ou de ter visitado poucos museus anteriormente.

Essas expressões foram encontradas nos depoimentos dos seguintes entrevistados: nº 1, 8, 18, 19, 22 e 26. Destes, quatro pessoas não moram em BH, duas moram.

- Expressões de encantamento e/ou estranhamento em relação aos conjuntos expositivos ou objetos, despertando lembranças, curiosidade, espanto ou desconforto nos entrevistados.

Quinze pessoas que não moravam em BH e quatorze que moravam demonstraram ter vivenciado alguma dessas emoções ou sensações. Apenas os entrevistados nº 4 (morador), 19 (não morador) e 25 (morador) não manifestaram

nada que pudesse ser enquadrado nesse padrão de resposta.

- Respostas nas quais o entrevistado revela que se sentiu confuso, perdido ou envergonhado em alguma situação dentro do museu, como se não pertencesse àquele ambiente ou não dominasse a linguagem do espaço museológico.

Os entrevistados que manifestaram esse tipo de resposta foram: nº 12, 14, 16, 18, 26, 30 e 31. Cinco deles não moravam em BH, dois moravam.

Pode-se perceber que com a utilização de quatro padrões de respostas foram encontrados indicadores de experiências turísticas tanto em moradores como em não moradores.

Também foram encontrados dois entrevistados que não apresentaram indícios da experiência turística, sendo que um era morador da cidade e outro não era. Um deles é a entrevistada nº 2, uma senhora portuguesa que quando viu a imagem da Balança de Pesar Escravos, disse: “Essa é a balança de pesar escravos, essa marcou, eu me lembro”. Porém, quando questionada se algo na exposição havia lhe causado estranhamento ou incômodo, respondeu que não. Esta entrevistada também não teve nenhuma lembrança suscitada pela exposição e não demonstrou nenhuma sensação ou emoção de encantamento.

A outra pessoa que não teve nenhuma resposta que apontasse para uma experiência turística foi o entrevistado nº 4, morador da região Centro-Sul de Belo Horizonte. Ele disse que já havia estado no MAO antes, demonstrando familiaridade com o local. Porém, quando perguntado se a exposição havia lhe despertado lembranças e se tinha familiaridade com os ofícios, suas respostas foram negativas. Seus comentários sobre os objetos da exposição não demonstraram nenhuma sensação ou emoção de encantamento ou estranhamento.

Dessa forma, verifica-se a presença de moradores e não moradores tanto no grupo que vivenciou uma experiência turística, como entre as pessoas que não a vivenciaram, comprovando-se a Hipótese IV desta pesquisa.

Por meio da análise dos quatro padrões de resposta, foi possível perceber que entre aquelas visitas ao MAO identificadas como experiências turísticas, nem todas tiveram a mesma intensidade. Essa diferenciação também ocorre nos estudos sobre os segmentos turísticos. Os turistas que têm o olhar e a disposição para perceber e apreciar o que lhes é estranho, exótico e por isso mesmo encantador,

são diferenciados daqueles turistas que desejam apenas sair de casa e mudar de cenário, mas com mudanças mínimas em suas rotinas, procurando manter os mesmos padrões de conforto, as mesmas comidas e outras referências familiares. (Krippendorf, 2001).

No caso dos visitantes entrevistados, algumas pessoas deram mais respostas indicativas da experiência turística enquanto outras apresentaram apenas uma resposta. Assim, os entrevistados puderam ser também divididos em grupos, segundo o número de padrões de respostas indicativos da experiência turística:

Dois entrevistados forneceram dados que se encaixam nos quatro padrões de respostas: Nº 18 (não morador) e nº 26 (morador).

Quatro entrevistados deram respostas que podem ser incluídas em três padrões de respostas, são eles: Nº 12, 14, 22 e 31 (todos não moradores).

Os entrevistados que apresentam dois padrões de respostas são: Nº 1, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 16, 17, 19, 23, 24, 27, 28, 30 e 32. Total de quinze entrevistados, sendo que nove moravam em BH e seis não moravam.

Entrevistados que aparecem em apenas um padrão de resposta são: Nº 3, 5, 6, 15, 20, 21, 25 e 29. Total de 10 entrevistados, a metade residia em BH e a metade não residia.

Desta forma, constata-se que a experiência turística, como toda experiência, ocorre com diferentes intensidades em diferentes pessoas. Contudo, verificou-se que, no Museu de Artes e Ofícios, a visita pode ser uma experiência turística independentemente do local de residência dos visitantes, visto que foi identificada tanto nos entrevistados moradores como naqueles não moradores de Belo Horizonte.

Para finalizar este trabalho, é preciso abordar ainda seus possíveis fatores limitantes. Primeiro limite é aquele inerente aos estudos de caso que, conforme já abordado na metodologia, apresenta resultados e considerações que não podem ser generalizados. Outro fator possivelmente limitante é a proximidade da pesquisadora com o objeto de estudo, o Museu de Artes e Ofícios. Conforme nos alerta Gilberto velho (1978), se por um lado isso poderia significar o tolhimento da visão crítica, o que, acredita-se, não aconteceu, por outro lado proporciona maior intimidade e apoio da instituição pesquisada. Ressalte-se também que a principal fonte de informações foram os visitantes e não os funcionários do MAO.

Por fim, espera-se que os resultados aqui apresentados tenham contribuído não só para o crescimento acadêmico e profissional da pesquisadora, mas para o amadurecimento do Museu de Artes e Ofícios enquanto espaço de lazer, turismo e pesquisa, para o conhecimento do público de museus e principalmente, para o diálogo entre a museologia e o turismo no Brasil.

## **REFERÊNCIAS**

**REFERÊNCIAS:**

ALVES, Eduardo Francisco; CABRAL, Álvaro (TRAD). **Dicionário do pensamento social do Século XX** / Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1996, p.683-684.

ÁUGRAS, Monique. **Opinião Pública – teoria e pesquisa**. Petrópolis, Vozes. 1980.

BABBIE, Earl. **Métodos de Pesquisa de Survey**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

Bairros de Belo Horizonte. Disponível em: <<http://www.bairrosdebh.xpg.com.br/>> Acesso em 05 de julho de 2009.

BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística Aplicada às Ciências Sociais**. Curitiba. UFSC. 7. ed. Série Didática.

BARBOSA, Marialva. **Público**: uma noção como processo histórico. Ciberlegenda. n. 4. 2001. Disponível em <<http://www.uff.br/mestcii/marial4.htm>> Acesso em 10 de outubro de 2009.

BARRETO, Margarida; JUNIOR, Álvaro B. **Turismo e Identidade Local**: uma visão antropológica. Campinas: Papirus, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: as consequências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BELLAILGUE, Mathilde – O Desafio Museológico. In: **V Fórum de Museologia do Nordeste**. Documentos de Trabalho. Salvador, 1992.

BENI, Mario Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Senac, 2004. 10 ed.

BOCK Ana Maria B; et al. **Psicologias**: uma introdução ao estudo de psicologia. São Paulo: Saraiva. 1991. 4 ed.

BOSI, Ecléa. **O Tempo Vivo da Memória**: ensaios de psicologia social. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003. 2 ed.

BOURDIEU, Pierre e DARBEL, Alain. **O amor pela arte**: os museus de arte na Europa e seu público. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. São Paulo: EDUSP; Zouk, 2003.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Artigo 216. Disponível em: <[http://www.senado.gov.br/sf/legislacao/const/con1988/CON1988\\_05.10.1988/art\\_216.htm](http://www.senado.gov.br/sf/legislacao/const/con1988/CON1988_05.10.1988/art_216.htm)> Acesso em 10 de março de 2009.

CANCLINI, Nestor G. **Culturas Híbridas**: Estratégias para entrar e sair da

modernidade. CINTRÃO, Heloísa P.; LESSA, Ana Regina (TRAD.). São Paulo: EDUSP, 2003. 4ª Ed. Coleção Ensaio Latino-Americanos.

CARVALHO, Rosane Maria R. de. **As Transformações da Relação Museu e Público**: a influência das tecnologias da informação e comunicação no desenvolvimento do público virtual. Tese apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2005.

\_\_\_\_\_. **Exposição em Museus e Público**: processo de comunicação e transferência da informação. Dissertação de Mestrado apresentada a Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. 1998.

CAZELLI, Sibeles. **Ciência, Cultura, Museus, Jovens e Escolas**: quais as relações? Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação do Departamento de Educação da PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2005.

\_\_\_\_\_; et al. Mediando ciência e sociedade: o caso do Museu de Astronomia e Ciências Afins. In: MASSARANI, L.; ALMEIDA, C. (Org.). **Workshop Sul-Americano & Escola de Mediação em Museus e Centros de Ciência**. Rio de Janeiro: Museu da Vida / Casa de Oswaldo Cruz / Fiocruz, 2008. (p. 61-67).

CERÁVOLO, Suely Moraes. Delineamentos para uma Teoria da Museologia. In: **Anais do Museu Paulista**: História e Cultura Material. Universidade de São Paulo / Museu Paulista. V. 12, jan – dez 2004. (p. 237 - 268).

CHOAY, Françoise. **A Alegoria do Patrimônio**. São Paulo: UNESP/ Estação da Liberdade, 2001.

COIMBRA, C. A. Q. **Modelos não lineares em avaliação nas ciências sociais**: estimação por aproximação estocástica, uma MCMC frequentista. Tese de doutorado apresentada ao Departamento de Engenharia Elétrica da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2005.

CONDURU, Roberto. Exposições como Discurso. In: **Discutindo Exposições**: Conceito, Construção e Avaliação. Museu de Astronomia e Ciências Afins. Rio de Janeiro, 2006. (Coleção MAST Colloquia). v. 8. (p. 61 – 67).

Conheça a Linha Verde. Boulevard Arrudas. Disponível em: <http://www.linhaverde.mg.gov.br>. Acesso em 10 de março de 2009.

CURY, Marília Xavier. Os Usos que o Público Faz do Museu: a (re) significação da cultura material e do museu. In: **MUSAS: Revista Brasileira de Museus e Museologia**. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico. Departamento de Museus e Centros Culturais. Nº 1. Rio de Janeiro, 2004. (p. 86 – 106).

DAVALLON, Jean. **L'exposition à L'oeuvre**: stratégies de communication et médiation symbolique. Paris: L' Harmattan Communication. 2006.

DESVALLÉES, André. Basic Papers. Simpósio A Linguagem da Exposição.

International Council of Museums (ICOM). International Committee for Museology (ICOFOM). Suíça. **ICOFOM Study Series**, nº19. (P. 37 – 45).

Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte (BELOTUR). **Caracterização da Demanda Turística de Belo Horizonte**. Postos de Informação Turística. 2008. Não Publicado.

\_\_\_\_\_. **Estatísticas de Atendimento dos postos de Informação**. Setor de Pesquisa e Estatísticas. 2006. Não Publicado.

Exposição Trilhos da Memória. A Cronologia da Praça da Estação. Disponível em: <[http://www.mao.org.br/port/exposicoes\\_new.asp?years=2002](http://www.mao.org.br/port/exposicoes_new.asp?years=2002)> Acesso em 20 de maio de 2009.

FILHO, João Gomes. **A Gestalt do Objeto**: Sistema de Leitura Visual da Forma. São Paulo. Ed. Escrituras. 2002. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2007. (Série Didática).

FILHO, Nelson Quadros V. Patrimônio e Turismo. In: **Reflexões e Contribuições para a Educação Patrimonial**. Belo Horizonte: Secretaria do Estado de Educação de Minas Gerais, 2002. (Coleção Lições de Minas). (p. 127–144).

FREIRE, Doia; MACHADO, Marília Mata. **Belo Horizonte**: guia turístico-cultural. Belo Horizonte: C/Arte, 1998.

Fundação de Apoio à Pesquisa, ao Ensino e à Cultura / SEBRAE / Fundação Cândido Rondon. **Proposta de elaboração de Estudo da Cadeia Produtiva do Turismo no Mato Grosso do Sul**. Campo Grande. 2006. Disponível em <<http://fcr.org.br/webfcr/cadeiassebrae/relatoriofinal-cadeia-turismo.pdf>> Acesso em 12 de dezembro de 2009.

GOODEY, Brian. Turismo Cultural: novos viajantes, novas descobertas. In: MURTA, Stela e ALBANO, Celina (Orgs.). **Interpretar o Patrimônio**: um exercício do olhar. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2002. (p.131 - 138).

GRINSPUM, Denise. **Educação para o patrimônio: museu de arte e escola, responsabilidade compartilhada na formação de públicos**. Tese de doutorado apresentada à Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

HERREMAM, Yani. Prefácio. In: ICOM. **Museos, patrimonio y turismo cultural**. Trujillo, Peru – La Paz, Bolivia. Mayo, 2000.

HOOD, Marilyn G. Staying away: why people choose not to visit museums. In: **Museum News**. V. 61, n. 4, 1983. (p. 50-57).

HORTA, Maria de Lourdes. (sem título) In: ICOFOM / ICOM. **Study Series 19**. 1991. (p. 55-60).

\_\_\_\_\_. Semiótica e Museu. In: **Cadernos de Ensaios**: Estudos de Museologia. nº 2. Rio de Janeiro: IPHAN, 1994.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Thompson. 2003.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Regiões de Influências das Cidades 1993**. Diretoria de Geociências. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. 2000. Disponível em:

<<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/monografias/GEBIS%20%20RJ/regioesdeinfluencias1993.pdf>> Acesso em 15 de dezembro de 2009.

Instituto Cultural Flávio Guriérrez. **Anais dos Seminários de Capacitação Museológica**. Belo Horizonte: ICFG, 2004.

ICOM. **Código de Ética para Museus**. 2004. Disponível em <<http://www.icom.org.br/codigoeticaCOM2006.pdf>> Acesso 20 de novembro de 2009.

\_\_\_\_\_. **Running a Museum: a practical handbook**. BOYLAN, Patrick J (Org.). Paris: 2004. Disponível em <<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001410/141067e.pdf>> Acesso em 15 de novembro de 2009.

ISAYAMA, Helder F. 7 e LINHARES, Meily A. **Sobre Lazer e Política: maneiras de ver, maneiras de fazer**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

JAFARI, Jafar. Structure of Tourism: three integrated models. In: WITT, Stephen F. e MOUTINHO, Luiz. **Tourism marketing and management handbook**. Inglaterra: Prentice Hall International, 1995. P. 5-17.

KOPTCKE, Luciana Sepúlveda; CAZELLI, Sibeles e LIMA, José Matias de. **Museus e Seus Visitantes: relatório pesquisa perfil-opinião 2005**. Gráfica e Editora Brasil: Brasília, 2009.

LEITE, Rose Aylce O. **Novos paradigmas para a socialização da informação e a difusão do conhecimento científico: perspectivas de interação entre organização dos sistemas e a complexidade da informação**. Rio de Janeiro: Informare. v.2, n.1, jan/jul.1996. (p.57- 59).

LÉVY, Pierre. A Cibercultura. In:\_\_\_\_\_. **A Conexão Planetária: o mercado, o ciberespaço, a consciência**. São Paulo: ed. 34, 2001. (p.137-151).

LIMA, Diana Farjalla C. Social Memory and Museum institution: thinking about (re)interpretation of cultural heritage. In: ICOFOM / ICOM. **Museologia e Memória**. Simpósio de 19 a 29 de junho. França, 1997.

LOPES, João Teixeira. Andante: tempo para andar e descobrir o espaço público. In: LEITE, Rogério Proença (Org.). **Cultura e Vida Urbana: ensaios sobre a cidade**. São Cristóvão: Editora da Universidade Federal de Sergipe. 2008. (p.129-144).

Mapa do Hiper-Centro de Belo Horizonte. Disponível em <http://www.mao.org.br>. Acesso em 12 de setembro de 2008.

Mapa das Regiões Administrativas de Belo Horizonte. Disponível em: <http://www.nucleopazeamor.org.br/imagens/MapaBeloHorizonte.jpg>. Acesso em 05 de julho de 2009.

Mapa das Regiões Administrativas de Belo Horizonte. Disponível em: <http://www.nucleopazeamor.org.br/imagens/MapaBeloHorizonte.jpg>. Acesso em 05 de julho de 2009.

MAROEVIC, Ivo. Museologia como um campo de conhecimento. In: **Study Series n°30**. ICOFOM / ICOM, 2000. (p. 5-7).

MCLEAN, Kathleen. **Planning for People in Museum Exhibitions**. Washington: Association of Science-Technology Centers, 2001. 3 ed.

CARPINEJAR, Fabrício (Org). **Cecília de Bolso**: uma antologia poética. Porto Alegre: L&PM, 2009.

MENES, Maria Tereza R.; CRUZ, Ana Maria da Costa e CURTY, Marlene Gonçalves. **Elaboração de Referências (NBR 6023/2002)**. Rio de Janeiro: Intertexto, 2007. 2 ed.

MENESES, Ulpiano Bezerra de. Para que Serve um Museu. In: **Revista de História da Biblioteca Nacional**. Ano 2, n° 19. Abril, 2007.

MERINGUE, Geancarlo de Lima. A gestão do Turismo para o Desenvolvimento Local. In: **Coloquio Internacional de Desenvolvimento Local**. Universidade Católica Dom Bosco. Campo Grande, 2003. Disponível em <http://www.ucdb.br/coloquio/arquivos/geancarlo.pdf>. Acesso em 10 dez de 2006.

MIRANDA, André de Souza. **A Gênese da Preservação do Patrimônio Municipal em Belo Horizonte**: movimentos sociais em defesa da Praça da Estação. Dissertação (Mestrado) – Escola de Arquitetura da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2007.

MOLES, A. **As ciências do impreciso**. LINS, Glória C. (Trad.). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

MOLETTA, Vânia Beatriz. **Turismo Cultural**. São Paulo: Sebrae.. v. 4. 2004. (Série Desenvolvendo o Turismo).

MORA, José Ferrater. **Dicionário de Filosofia**. Madri: Alianza Editorial, 1986, v. 4. (p. 2981-2983).

MORTARA, Adriana de Almeida. O Contexto do Visitante na Experiência Museal: semelhanças e diferenças entre museus de ciências e de arte. In: **Revista de História Ciências e Saúde de Manguinhos**. Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, 1994. Vol 1. N. 1. (p.31-53).

MURTA, Stela, GOODEY, Brian. **Interpretação do Patrimônio Histórico para o Turismo Sustentado: Um Guia**. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 1995.

NETTO, Alexandre Panosso. **Filosofia do Turismo: teoria e epistemologia**. São Paulo: ALEPH, 2005.

Instituto Brasileiro de Museus / Fundação Oswaldo Cruz. OBSERVATÓRIO DE MUSEUS E CENTROS CULTURAIS. **Pesquisa Perfil Opinião 2006/2007**. São Paulo. II Boletim, 2008.

PAIVA, Maria da Graças de Menezes V. **Sociologia do Turismo**. Campinas: Papirus, 1995. (Coleção Turismo).

Praça da Estação Acompanha a História da Cidade. Disponível em: <<http://www.portal.pbh.pbh.gov.br>>. Acesso em 10 de junho de 2009.

Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio (PPG-PMUS). **Teoria e Metodologia da Exposição**. Mini curso. Ministrado pelo Vice Presidente do Conselho Internacional de Museus (ICOM), Prof. Dr. Martin Scharer. De 17 a 20 de março, 20 h/aula.

RUSSIO, Waldisa. Cultura, patrimônio e preservação (Texto III). In: ARANTES, A. A. (org.) **Produzindo o passado: estratégias de construção do patrimônio cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1984. (p.59-78).

\_\_\_\_\_. **Museological Working Papers**. ICOFOM / ICOM. N 2. 1981, (p. 56, 57).

SANT'ANNA, Márcia. Patrimônio Imaterial do Conceito ao Problema da Proteção. IN: **Revista Tempo Brasileiro**. Rio de Janeiro: Ed. Tempo Brasileiro, 2001. nº 147. Out/dez. (p.151-162).

SANTOS, Myrian Sepúlveda dos. Museus Brasileiros e Política Cultural. In: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Junho, 2004. v.19, n. 55.

SCHARER, Martin. L'exposition, lieu de rencontre pour objets et acteurs. In: MARIAUX, Pierre Alain. **Les Lieux de la Muséologie**. Ed. Griener Pascal. L' Atelier. Art History and Museum Studies. V.1 (p. 16-23).

SCHEINER, Tereza Cristina. **Bases Teóricas da Museologia**. Apostila para Disciplina Museologia I. Escola de Museologia. Centro de Ciências Humanas. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. 2008. Não publicado.

\_\_\_\_\_. Criando Realidades Através de Exposições. In: GRANATO, Marcus e SANTOS, Cláudia P. Dos (Orgs). **Discutindo Exposições: Conceito, Construção e Avaliação**. Museu de Astronomia e Ciências Afins. Rio de Janeiro, 2006. V8. (p. 7-38). (Coleção MAST Colloquia).

\_\_\_\_\_. Desvelando o Museu Interior. **Bases Teóricas da Museologia**. Rio de Janeiro: Escola de Museologia, UNIRIO, 2006. (p. 17-24).

\_\_\_\_\_. Museología, turismo y patrimonio: perspectivas de acción integrada. In: ICOM. **Museos, patrimonio y turismo cultural**. Trujillo, Peru – La Paz, Bolivia. Mayo, 2000. (p. 115-122).

\_\_\_\_\_. **Museu e Museologia**: definições em processo. Rio de Janeiro, 2005. (Não publicado).

\_\_\_\_\_. **Imagens do Não-Lugar**: comunicação e os novos patrimônios. Tese de doutorado apresentada a Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2004.

SCREVEN, C.G. **Educational Exhibitions for Unguided Visitors**. CECA / ICOM. Nº12 V.13, 1991 (p.10-20).

SILVA, Douglas Falcão. **Padrões de Interação e Aprendizagem em Museu de Ciências**. Dissertação de mestrado apresentada ao Departamento de Bioquímica Médica da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Rio de Janeiro, 1999.

Símbolo de museu para sinalizações turísticas. <http://aimore.net/placas/placa227.html>  
Acesso em 07 de outubro de 2009.

SOUZA E SILVA, Cristina Maria de. **Pesquisa de público em museus e instituições abertas à visitação**: fundamentos e metodologias. Dissertação de mestrado apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1989.

SPIELBAUER, Judith k. Alguns pontos de vista sobre os trabalhos apresentados no Simpósio do ICFOM, 1980. In: **Museological Working Papers n.2**. ICOFOM / ICOM. 1981. (p. 79-80).

STRÁNSKÝ, Zbynek Z. (sem título). In: Museology – Science or just practical museum work? **Museological Working Papers n.1**. ICOFOM / ICOM. 1980. (p 42-44).

STUDART, Denise Coelho; ALMEIDA, Adriana Mortara e VALENTE Maria Esther. Pesquisa de Público em Museus: desenvolvimento e perspectivas. In: GOUVEIA, Guaracira; MARANDINO, Martha; LEAL, Maria Cristina (orgs). **Educação e Museu**: a construção social do caráter educativo dos museus de ciência. Rio de Janeiro: Access, 2003. (p. 129-157).

\_\_\_\_\_ e VALENTE, Maria Esther. Museografia e Público. In: **Discutindo Exposições**: Conceito, Construção e Avaliação. Museu de Astronomia e Ciências Afins. Rio de Janeiro, 2006. v. 8. (p. 99-120). (Coleção MAST Colloquia),

SWARBROOKE, John; HORNER, Susan. **O Comportamento do Consumidor no Turismo**. São Paulo. Aleph, 2002. (Série Turismo).

VASCONCELLOS, Camilo de Mello. **Turismo e Museus**. São Paulo: Aleph. 2006. (Coleção ABC do Turismo).

VELHO, Gilberto. Observando o Familiar. In: **A aventura sociológica**: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978. (p.36-46).

VIEIRA, Juliana. Turismo, Patrimônio e Capacitação Profissional. In: **Anais do Seminário Internacional: Patrimônio, Desenvolvimento Turístico e Sustentabilidade**. Recife: Consulado Britânico no Brasil, 2002.

WAINBERG, Jacques A. O Movimento Turístico: olhadelas e suspiros em busca da singularidade alheia. In: GASTAL, Suzana; CASTROGIOVANNI, Antônio Carlos (orgs). **Turismo na Pós-Modernidade**: (Des) Inquietações. Porto Alegre: Epucrs, 2003. N°25. (Coleção Comunicação).

ZAGHENI, Elisete dos Santos da Silva. **A Logística da Cadeia Produtiva do Turismo de Joenville**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2004.

ZINS, Michel. Le tourisme au musée : une question d'expérience. Annual Conference CECA / ICOM. **Cultural Tourism: trends and strategies**. 2008. Disponível em <<http://www.montrealceca2008.org/48.html>> Acesso em 12 de novembro de 2009.

Sites consultados:

<http://www.ibge.gov.br/home/>. Acesso em 15 de julho de 2009

<http://www.metrobh.gov.br>. Acesso: 16 de dezembro de 2010.

[http://www.unwto.org/aboutwto/index\\_p.php](http://www.unwto.org/aboutwto/index_p.php). Acesso em 20 de janeiro de 2010.

<<http://www.mao.org.br>> Acesso em 12 de setembro de 2008.

<<http://icom.museum/international/icofom.html>> Acesso em 10 de outubro de 2009.

## **ANEXOS**

## ANEXO A

MUSEU: DATA DA VISITA: SÁB DOM SEG TER QUA QUI SEX QUESTIONÁRIO:

1 2 3 4 5 6 7

OBSERVATÓRIO  
DE MUSEUS E CENTROS CULTURAIS

Este Museu está realizando uma pesquisa para melhor conhecer seus visitantes e saber o que pensam da visita. Escutá-los é a melhor forma de melhorar a qualidade das exposições, serviços e atividades propostos.

Contamos com sua colaboração no preenchimento deste questionário e solicitamos que ele seja entregue ao final de sua visita. Desde já agradecemos sua participação!

Lembramos, ainda, que as informações coletadas são confidenciais e se destinam exclusivamente à pesquisa no âmbito do Observatório de Museus e Centros Culturais, uma iniciativa em parceria entre diversas instituições, realizada pela Fundação Oswaldo Cruz - Ministério da Saúde; Museu de Astronomia e Ciências Afins - Ministério da Ciência e Tecnologia e pelo Instituto Brasileiro de Museus - Ministério da Cultura.

## COMO PREENCHER o questionário:

Por favor, para escolher as suas respostas, circunde o número correspondente. Por exemplo, para responder "sim": 1 - sim 2 - não

Caso tenha dúvidas sobre o preenchimento do questionário ou necessite de ajuda, não hesite em nos contatar.

## 1. Antecedentes e Circunstâncias da Visita

1.1 – É a primeira vez que você visita este Museu?

1 – sim Passe para a questão 1.3

2 – não Informe o número de visitas (sem contar com a visita de hoje): \_\_\_\_\_ visitas

1.2 – Quando foi sua última visita ao Museu?

(Marque apenas uma resposta)

1 – Há menos de 6 meses

2 – Entre 6 meses e 1 ano

3 – Entre 1 e 2 anos

4 – Entre 2 e 5 anos

5 – Há mais de 5 anos

1.3 – Desde quando você sabe da existência deste Museu? (Marque apenas uma resposta)

1 – Hoje

2 – Há menos de 1 semana

3 – Entre 1 semana e 1 mês

4 – Entre 1 mês e 1 ano

5 – Entre 1 e 5 anos

6 – Há mais de 5 anos

1.4 – Como ficou sabendo a respeito deste Museu? (Pode marcar mais de uma resposta)

1 – Passando em frente ao Museu

2 – Visitando outros museus

3 – Na televisão

4 – No rádio

5 – Através de panfletos, cartazes, outdoors

6 – Lendo jornais ou revistas

7 – No guia turístico

8 – Por recomendação de amigos

9 – Por recomendação de professores

10 – Por recomendação de familiares

11 – Pela sinalização de rua

12 – Na Internet

13 – Outra fonte Qual? \_\_\_\_\_

1.5 – Quais os principais motivos desta visita?(Marque SIM ou NÃO em cada linha)

1 – Conhecer o museu 1.SIM 2.NÃO

2 – Rever ou complementar uma visita anterior 1.SIM 2.NÃO

3 – Pesquisar / estudar algum tema 1.SIM 2.NÃO

Qual? \_\_\_\_\_

4 – Interesse pelos assuntos das exposições 1.SIM 2.NÃO

5 – Participar de atividades específicas (palestras, cursos, oficinas, etc.) 1.SIM 2.NÃO

6 – Assistir a algum espetáculo (teatro, concerto, cinema, vídeo, etc) 1.SIM 2.NÃO

7 – Trazer os filhos 1.SIM 2.NÃO

8 – Acompanhar amigos/outras pessoas 1.SIM 2.NÃO

9 – Alargar horizontes/conhecer coisas novas 1.SIM 2.NÃO

10 – Divertir-se 1.SIM 2.NÃO

11 – Entrada gratuita/baixo valor do ingresso 1.SIM 2.NÃO

12 – Outro motivo Qual? \_\_\_\_\_

1.6 – Você está visitando sozinho?

1 – sim Passe para a questão 1.10

2 – não

1.7 – Com quantas pessoas você está visitando?

\_\_\_\_\_

1.8 – Você está visitando o Museu : (Pode marcar mais de uma resposta)

1 – Com o cônjuge / companheiro(a) ou namorado(a);

2 – Com pai / mãe;

3 – Com um ou mais filhos;

4 – Com outros membros da família;

5 – Com amigos;

6 – Com um grupo organizado (igreja, escola, etc.)

Qual? \_\_\_\_\_

7 – Outros Com quem? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## 1. Antecedentes e Circunstâncias da Visita

- 1.9 – Se você visita o museu na companhia de pessoas com idade inferior a 15 anos, informe a faixa etária: (Pode marcar mais de uma resposta)
- 1 – De 0 a 6 anos  
2 – De 7 a 10 anos  
3 – De 11 a 14 anos
- 1.10 – Quanto tempo, aproximadamente, durou a sua visita?
- 1 – Até 30 min  
2 – Mais de 30 min a 1 hora  
3 – Mais de 1 a 2 horas  
4 – Mais de 2 horas

## 2. Conhecendo sua Opinião sobre o Museu

2.1 – Em relação à visita que você acabou de realizar, você se sente:

1 – Muito satisfeito 2 – Satisfeito 3 – Pouco satisfeito 4 – Insatisfeito

2.2 – Como você avalia os nossos SERVIÇOS? (Marque apenas uma resposta em cada linha)

Serviços ótimo bom regular ruim péssimo não sei

1. Sinalização (orientação de entrada, saída, banheiros...) 1 2 3 4 5 6

2. Conforto (banheiro, guarda volume, temperatura nas salas, assentos, bebedouros, lanchonete...) 1 2 3 4 5 6

3. Conservação e manutenção (dos equipamentos, dos objetos expostos, etc.) 1 2 3 4 5 6

4. Limpeza

1 2 3 4 5 6

5. Iluminação

1 2 3 4 5 6

6. Segurança

1 2 3 4 5 6

7. Informações e explicações disponíveis (painéis, textos, áudios guias, filmes, etc.) 1 2 3 4 5 6

8. Acolhimento (recepcionista, monitor, guarda, guia) 1 2 3 4 5 6

9. Acesso (facilidade de transporte, sinalização nas ruas, facilidade de estacionamento) 1 2 3 4 5 6

10. Horários de funcionamento

Alguma sugestão de horário? \_\_\_\_\_ 1 2 3 4 5 6

2.3 – Você pretende retornar a este Museu nos próximos doze meses?

1 – Certamente 2 – Provavelmente sim 3 – Provavelmente não 4 – Não

2.4 – Caso você pense em retornar a este Museu nos próximos 12 meses, com que objetivos retornaria? (Marque SIM ou NÃO em cada linha)

1 – Para rever o que mais interessou 1. SIM 2. NÃO

2 – Para completar ou aprofundar a visita de hoje 1. SIM 2. NÃO

3 – Para visitar uma nova exposição 1. SIM 2. NÃO

4 – Para assistir a um espetáculo, evento ou participar de uma atividade promovida pelo museu 1. SIM 2. NÃO

5 – Para estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular

1. SIM 2. NÃO

6 – Para mostrar este museu a amigos ou familiares 1. SIM 2. NÃO

7 – Para trazer os filhos

1. SIM 2. NÃO

8 – Outro motivo Qual? \_\_\_\_\_

2.5 – Que outros temas e assuntos você gostaria de encontrar neste Museu?

---



---



---

## 3. Conhecendo seus Hábitos de Visita a Museus e Centros Culturais

3.1 – Você visitou outros museus ou centros culturais nos últimos 12 meses?

1 – Sim Quais?

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. \_\_\_\_\_

2 – Não Passe para a questão 3.5

3 – Não, é a primeira vez que visito um museu Passe para a questão 3.5

3.2 – Nos últimos 12 meses, com que frequência você visitou museus ou centros culturais? (Marque apenas uma resposta)

1 – Uma vez

2 – Duas ou três vezes

3 – Mais de três vezes

3.3 – Você costuma visitar museus ou centros culturais: (Pode marcar mais de uma resposta)

1 – Aos sábados

2 – Aos domingos

3 – Em outros dias da semana

4 – Nos feriados

3.4 – Você costuma visitar mu seus ou centros culturais: (Marque apenas uma resposta)

1 – Pela manhã

2 – Na hora do almoço

3 – À tarde

4 – À noite

3.5 – Na sua opinião, que fatores dificultam a visita a museus ou cen tros culturais? (Marque SIM ou NÃO em cada linha)

1 – Custo do ingresso 1. SIM 2. NÃO

2 – Outros custos de uma visita 1. SIM 2. NÃO (transporte, alimentação, etc.)

3 – Dificuldade de transporte / acesso 1. SIM 2. NÃO

4 – Dificuldade de estacionamento 1. SIM 2. NÃO

5 – Violência urbana 1. SIM 2. NÃO

6 – Falta de divulgação/informação sobre os museus, exposições, 1. SIM 2. NÃO atividades, etc.

7 – Dias e horários de funcionamento 1. SIM 2. NÃO

8 – Outro fator Qual ? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## 4. Conhecendo Você

4.1 – Sexo:

1 – Masculino 2 – Feminino

4.2 – Idade: \_\_\_\_\_ anos completos

4.3 – Estado Civil / situação conjugal atual:

1 – Solteiro(a)

2 – Casado(a) / união estável

3 – Viúvo(a)

4 – Separado(a) / divorciado(a)

5 – Outro

4.4 – Escolaridade:

1 – Sem instrução escolar

2 – Ensino Fundamental incompleto

3 – Ensino Fundamental completo

4 – Ensino Médio incompleto

5 – Ensino Médio completo

6 – Ensino Superior incompleto

7 – Ensino Superior completo

8 – Pós-graduação: \_\_\_\_\_

4.5 – Com relação à sua cor/raça, como você se considera:

1 – Branco

2 – Preto

3 – Pardo

4 – Amarelo

5 – Indígena

4.6 – Você exerce alguma atividade remunerada?

1 – sim

2 – não Passe para a questão 4.8

4.7 – Se você exerce atividade remunerada, indique sua situação: (Marque apenas uma resposta)

1 – Empregado do setor privado

2 – Empregado do setor público

3 – Profissional liberal

4 – Autônomo / por conta própria

5 – Empresário

6 – Bolsista / estagiário

7 – Outra Qual? \_\_\_\_\_



## ANEXO B A

**PRÉ TESTE: Roteiro de Entrevistas para Visitantes do MAO que Moram em BH N°**

Data: / / Hora: \_\_\_\_\_

Local de Moradia: \_\_\_\_\_ Idade: \_\_\_\_\_

Sexo:

**A EXPERIÊNCIA MUSEAL (Contextos Pessoal, Social e Físico)**

1 - Você já visitou o MAO antes?

1.1a. SIM – Esta atividade é frequente, ocasional ou rara?

1.1b. Se for frequente, quais são os dias e horários que você costuma vir ao museu?

1.1c. Quando visitou o MAO pela última vez?

1.1d. Qual foi o motivo da última visita? Conhecer o Museu? Levar amigos, parentes?

1.2 NÃO – Por que? Por que veio hoje?

2. Você está visitando o museu sozinho? Acompanhado? Com quem?

3. Como você avalia as instalações físicas do museu? (recepção, salas expositivas, banheiros, cafeteria, loja, bebedouros, etc.).

3a. Como você avalia as condições do ambiente físico do museu? (temperatura e luminosidade das salas expositivas, barulho, algum outro aspecto que tenha chamado a atenção).

**O MAO ENQUANTO ATRATIVO TURÍSTICO E EQUIPAMENTO DE CULTURA E DE LAZER:**

4. Como você soube do MAO?

5. Você acha que o MAO está bem localizado?

5.1. O que você acha do acesso ao MAO? É fácil chegar no museu?

5.2. Qual o meio de transporte você utilizou para chegar ao MAO?

6. Você sabe qual é o horário de funcionamento do MAO?

6.1. SIM – Como você teve acesso a essa informação?

6.2. Qual a sua opinião sobre o horário de funcionamento do museu?

7. Você pretende retornar ao MAO? Por que?

8. Qual a sua opinião sobre a política de ingressos do MAO?

9. Você acha que os seguintes fatores influenciam a visita ao MAO? Positivamente ou negativamente?

9.1. Valor do ingresso;

9.2. Custos da visita (transporte, alimentação);

9.3. Transporte, acesso;

9.4. Estacionamento;

- 9.5. Violência urbana;
- 9.6. Falta de divulgação da programação, horários, etc.;
- 9.7. Horário de funcionamento.

10. Vamos imaginar a seguinte situação: o museu fechou, ficando somente a praça reformada. Você frequentaria a Praça sem o museu?

10.1. E se a Praça da Estação fosse transformada novamente em estacionamento e o museu continuasse aberto? Você viria ao museu mesmo assim?

### **ENCANTAMENTO E ESTRANHAMENTO**

11. O que você mais gostou no MAO? Por que?

11.1. Que parte da exposição você mais gostou? Por que?

11.2. Alguma parte da exposição despertou lembranças?

11.3. Você tem familiaridade com algum dos ofícios expostos?

12. Algo no MAO não lhe agradou?

12.1. Teve alguma parte da exposição que você não gostou? Algo provocou em você uma sensação incômoda?

13. Por favor, diga o que lhe vem à mente quando olha para a foto desses objetos que estão na exposição permanente do museu:

13.1. Foto do Moinho de Fubá;

13.2. Foto do Fogão à Lenha;

13.5. Foto de Ferro de passar a Brasa;

13.6. Foto da Balança de pesar Escravo.

### **DADOS COMPLEMENTARES**

14. Qual é a sua escolaridade?

15. Qual é a sua ocupação atual?

16. Qual é o seu local de trabalho / estudo:

17. Qual é a sua renda domiciliar mensal bruta (média):

18. Você gostaria de acrescentar alguma informação, opinião ou sugestão sobre essa pesquisa ou sobre o MAO?

## ANEXO B B

**PRÉ- TESTE****Roteiro de Entrevistas para Visitantes do MAO que NÃO Moram em BH N°**

Data: / / Hora: \_\_\_\_\_

Local de Moradia: \_\_\_\_\_ Idade: \_\_\_\_\_

**A EXPERIÊNCIA MUSEAL (Contextos Pessoal, Social e Físico)**

1. Você já visitou o MAO antes?
  - 1.1a. SIM – Esta atividade é frequente, ocasional ou rara?
  - 1.1b. Se for frequente, quais são os dias e horários que você costuma vir ao museu?
  - 1.1c. Quando visitou o MAO pela última vez?
  - 1.1d. Qual foi o principal motivo da última visita? Conhecer o Museu? Levar amigos, parentes?
  - 1.2. NÃO – Por quê? Por que veio hoje?
2. Você está visitando o museu sozinho? Acompanhado? Com quem?
3. Como você avalia as instalações físicas do museu? (recepção, salas expositivas, banheiros, cafeteria, loja, bebedouros, etc.).
- 3a. Como você avalia as condições do ambiente físico do museu? (temperatura e luminosidade das salas expositivas, barulho, algum outro aspecto que tenha chamado a atenção).

**O MAO ENQUANTO ATRATIVO TURÍSTICO E EQUIPAMENTO DE CULTURA CULTIVADA E DE LAZER:**

4. Já conhecia BH?
  - 4.1. O que trouxe você a BH desta vez?
  - 4.2. Quanto tempo pretende permanecer em BH?
5. Qual a relação entre a sua visita ao MAO e a sua vinda a BH?
  - 5.1. A vinda a BH teve como principal motivação a visita ao MAO;
  - 5.2 A vinda a BH previa esta visita ao MAO;
  - 5.3 A visita ao MAO foi decidida depois que chegou a BH.
6. Como você soube do MAO?
7. Você acha que o MAO está bem localizado?
  - 7.1. O que você acha do acesso ao MAO? É fácil chegar no museu?
  - 7.2. Que meio de transporte você utilizou para chegar ao MAO?
8. Você sabe qual é o horário de funcionamento do MAO?
  - 8.1. SIM – Como você teve acesso a essa informação?
  - 8.2. Qual a sua opinião sobre o horário de funcionamento do museu?

9. Você pretende retornar ao MAO? Por quê?
10. Qual a sua opinião sobre a política de ingressos do MAO?
11. Você acha que os seguintes fatores influenciam a visita ao MAO? Positivamente ou negativamente?
- 11.1. Valor do ingresso;
  - 11.2. Custos da visita (transporte, alimentação);
  - 11.3. Transporte, acesso;
  - 11.4. Estacionamento;
  - 11.5. Violência urbana;
  - 11.6. Falta de divulgação da programação, horários, etc.;
  - 11.7. Horário de funcionamento.
12. Vamos imaginar a seguinte situação: o museu fechou, ficando somente a praça reformada. Você frequentaria a Praça sem o museu?
- 12.1. E se a Praça da Estação fosse transformada novamente em estacionamento e o museu continuasse aberto? Você viria ao museu mesmo assim?

### **ENCANTAMENTO E ESTRANHAMENTO**

13. O que você mais gostou no MAO? Por quê?
- 13.1. Que parte da exposição você mais gostou? Por quê?
  - 13.2. Alguma parte da exposição despertou lembranças?
  - 13.3. Você tem familiaridade com algum dos ofícios expostos?
14. Algo no MAO não lhe agradou?
- 14.1. Teve alguma parte da exposição que você não gostou? Algo provocou em você uma sensação incômoda?
15. Por favor, diga o que lhe vem à mente quando olha para a foto desses objetos que estão na exposição permanente do museu:
- 15.1. Foto do Moinho de Fubá;
  - 15.2. Foto do Fogão à Lenha;
  - 15.3. Foto de Ferro de passar a Brasa;
  - 15.4. Foto da Balança de pesar Escravo.

### **DADOS COMPLEMENTARES**

16. Qual é a sua escolaridade?
17. Qual é a sua ocupação atual?
18. Qual é o seu local de trabalho / estudo:
19. Qual é a sua renda domiciliar mensal bruta (média):
20. Você gostaria de acrescentar alguma informação, opinião ou sugestão sobre essa pesquisa ou sobre o MAO?

## ANEXO B C

**Roteiro de Entrevistas para Visitantes do MAO que Moram em BH** N°

Data \_\_\_\_\_ Hora: \_\_\_\_\_

Local de Moradia: (bairro) \_\_\_\_\_ Idade: \_\_\_\_\_

Sexo: \_\_\_\_\_

**A EXPERIÊNCIA MUSEAL (Contextos Pessoal, Social e Físico)**

1 - Você já visitou o MAO antes?

1.1a. SIM – Esta atividade é frequente, ocasional ou rara?

1.1b. Se for frequente, quais são os dias e horários que você costuma vir ao museu?

1.1c. Quando visitou o MAO pela última vez?

1.1d. Qual foi o motivo da última visita? Conhecer o Museu? Levar amigos, parentes?

1.2 NÃO – Por quê?

1.2b Por que veio hoje?

2. Já visitou outros museus?

2.1. Quantos?

2.2. Quando foi sua última visita a um museu?

3. Você está visitando o museu sozinho?

3.1 NÃO - Acompanhado, com quem?

4. Como você avalia as instalações físicas do museu? (recepção, salas expositivas, banheiros, cafeteria, loja, bebedouros, etc.).

4.1. Como você avalia as condições do ambiente físico do museu? (temperatura e luminosidade das salas expositivas, barulho, algum outro aspecto que tenha chamado a atenção).

5. Como você soube do MAO?

6. Você acha que o MAO está bem localizado?

6.1. É fácil chegar no museu?

6.2. Que meio de transporte você utilizou para chegar ao MAO?

7. Você sabe qual é o horário de funcionamento do MAO?

7.1. SIM – Como você teve acesso a essa informação?

7.2. Qual a sua opinião sobre o horário de funcionamento do museu?

8. Você pretende retornar ao MAO? Por quê?

9. Qual a sua opinião sobre a política de ingressos do MAO?

10. Você acha que os seguintes fatores influenciam a visita ao MAO? De que forma?

10.1. Custos da visita (transporte, alimentação);

- 10.2. Estacionamento;
- 10.3 Violência urbana;
- 10.4 Divulgação da programação;

11. Vamos imaginar a seguinte situação: o museu fechou, ficando somente a praça reformada. Você frequentaria a Praça sem o museu?

11.1. E se a Praça da Estação fosse transformada novamente em estacionamento e o museu continuasse aberto? Você viria ao museu mesmo assim?

12. Você gostou do museu?

12.1 SIM - Que parte da exposição você mais gostou? Por quê?

12.2 NÃO - Por que?

12.3 Alguma parte da exposição despertou lembranças?

12.3.a O que você sentiu ao se lembrar?

12.4. Você tem familiaridade com algum dos ofícios expostos?

13. Você sentiu alguma sensação negativa dentro do museu? Por exemplo:

13.1a Vergonha (fez ou achou que estava fazendo algo que não podia, passou por alguma situação embaraçosa?);

13.1b Confusão; (sem saber como agir);

13.1c Desorientado / perdido (sem saber onde ir);

13.1d Estranhamento (não está familiarizado com o que vê ou não entende o que vê);

13.2 Você sentiu alguma sensação positiva dentro do museu? Por exemplo:

13.2a Viagem para outra época, qual?;

13.2b Estar em outro local, diferente de BH ou do museu, qual?;

13.2c Encantamento, fascinação ou vontade de saber mais do que não conhece?

14. Por favor, diga o que lhe vem à mente quando olha para a foto desses objetos que estão na exposição permanente do museu:

14.1. Foto da Moinho de Fubá;

14.2. Foto do Fogão à Lenha;

14.3. Foto de Ferro de passar a Brasa;

14.4. Foto da Balança de pesar Escravo.

## **DADOS COMPLEMENTARES**

15. Qual é a sua escolaridade?

16. Qual é a sua ocupação atual?

17. Qual é o seu local de trabalho / estudo:

18. Qual é a sua renda domiciliar mensal bruta (média):

19. Você gostaria de acrescentar alguma informação, opinião ou sugestão sobre essa pesquisa ou sobre o MAO?

## ANEXO B D

**Roteiro de Entrevistas para Visitantes do MAO que NÃO Moram em BH N°**

Data: / / Hora: \_\_\_\_\_

Local de Moradia: (cidade) \_\_\_\_\_ Idade: \_\_\_\_\_

Sexo:

1. Já conhecia BH?
  - 1.1. O que trouxe você a BH desta vez?
  - 1.2. Quanto tempo pretende permanecer em BH?
2. Já visitou outros museus?
  - 2.1. Quantos?
  - 2.2. Quando foi sua última visita a um museu?
3. Qual a relação entre a sua visita ao MAO e a sua vinda a BH?
  - 3.1. A vinda a BH teve como principal motivação a visita ao MAO;
  - 3.2 A vinda a BH previa esta visita ao MAO;
  - 3.3 A visita ao MAO foi decidida depois que chegou a BH.
4. Você já visitou o MAO antes?
  - 4.1a. SIM – Esta atividade é frequente, ocasional ou rara?
  - 4.1b. Se for frequente, quais são os dias e horários que você costuma vir ao museu?
  - 4.1c. Quando visitou o MAO pela última vez?
  - 4.1d. Qual foi o principal motivo da última visita? Conhecer? Levar amigos, parentes?
  - 4.2a. NÃO – Por quê?
  - 4.2b. Por que veio hoje?
5. Você está visitando o museu sozinho?
  - 5.1 NÃO - Acompanhado, com quem?
6. Como você avalia as instalações físicas do museu? (recepção, salas expositivas, banheiros, cafeteria, loja, bebedouros, etc.).
  - 6.1. Como você avalia as condições do ambiente físico do museu? (temperatura e luminosidade das salas expositivas, barulho, etc...)
7. Como você soube do MAO?
8. Você acha que o MAO está bem localizado?
  - 8.1. É fácil chegar ao museu?
  - 8.2. Que meio de transporte você utilizou para chegar ao MAO?
9. Você sabe qual é o horário de funcionamento do MAO?
  - 9.1. SIM – Como você teve acesso a essa informação?
  - 9.2. Qual a sua opinião sobre o horário de funcionamento do museu?
10. Você pretende retornar ao MAO? Por quê?
11. Qual a sua opinião sobre a política de ingressos do MAO?

12. Você acha que os seguintes fatores influenciam a visita ao museu? De que forma?
- 12.1. Custos da visita (transporte, alimentação);
  - 12.2. Estacionamento;
  - 12.3. Violência urbana;
  - 12.4. Divulgação da programação;
13. Vamos imaginar a seguinte situação: o museu fechou, ficando somente a praça reformada. Você frequentaria a Praça sem o museu?
- 13.1. E se a Praça da Estação fosse transformada novamente em estacionamento e o museu continuasse aberto? Você viria ao museu mesmo assim?
14. Você gostou do museu?
- 14.1. SIM - Que parte da exposição você mais gostou? Por quê?
  - 14.2 NÃO - Por quê?
  - 14.3. Alguma parte da exposição despertou lembranças?
    - 14.3.a O que você sentiu ao se lembrar?
  - 14.4. Você tem familiaridade com algum dos ofícios expostos?
15. Você sentiu alguma sensação negativa dentro do museu? Por exemplo:
- 15.1a Vergonha (fez ou achou que estava fazendo algo que não podia, passou por alguma situação embaraçosa);
  - 15.1b Confusão; (sem saber como agir);
  - 15.1c Desorientado / perdido (sem saber aonde ir);
  - 15.1d Estranhamento (não está familiarizado com o que vê, não entende o que vê);
- 15.2: Você sentiu alguma sensação positiva dentro do museu? Por exemplo:
- 15.2a viagem para outra época;
  - 15.2b estar em outro local, diferente de BH ou do museu;
  - 15.2c Encantamento, fascinação ou vontade de saber mais sobre o que não conhece.
16. Por favor, diga o que lhe vem à mente quando olha para a foto desses objetos que estão na exposição permanente do museu:
- 16.1. Foto do Moinho de Fubá;
  - 16.2. Foto do Fogão à Lenha;
  - 16.3. Foto de Ferro de passar a Brasa;
  - 16.4. Foto da Balança de pesar Escravo;

## **DADOS COMPLEMENTARES**

17. Qual é a sua escolaridade?
18. Qual é a sua ocupação atual?
19. Qual é o seu local de trabalho / estudo?
20. Qual é a sua renda domiciliar mensal bruta (média)?
21. Você gostaria de acrescentar alguma informação, opinião ou sugestão sobre essa pesquisa ou sobre o MAO?

## ANEXO C A

## Ficha do Objeto - Dados Gerais

## Museu de Artes e Ofici

Instituto Cultural Flávio Gutierrez

Número MAO: **1849**  
 Nome do Objeto **Ferro de passar**  
 Classe: **05 interiores**  
 SubClasse: **05.3 equipamento de serviços domésticos**  
 Grupo: **Ofícios do Fio e do Tecido**  
 Ofício: **Costureira**



Material / Técnica: **Madeira/torneado, Ferro/fundido**

Período: **Século XX**

Procedência: **Itaúna - MG**

Data de Criação:

Dimensões

alt x larg x comp

**19,50 x 12,00 x 19,00**

Diâmetro (cm): **0,00**

Peso (kg): **2.500,00**

## Descrição:

Ferro de forma paralelepípedica, com friso central, extremidade anterior encurvada, formando um bico; parte posterior com uma janela, provida de tampa; tampa superior móvel, presa posteriormente por pino; frente com chaminé curva; centro com uma pega de madeira torneada, guarnecida de um aparador de latão curvo, para proteção da mão.

Artista:

**Não especificado**

Marcas e Inscrições:

**No aparador: Um círculo com a inscrição: "Sumaré - Itaúna - Minas" e um cifrão (\$) ao meio, que está inscrito também na tampa da janela posterior.**

Forma de Aquisição: **Doação - Ângela Gutierrez**

Data de Aquisição: **08/02/2006 00:00**

Valor de Aquisição: **0,00 Dolar**

Histórico:

Observação:

Localização: **Prédio B->Primeiro Andar->Conjunto 49**

Estado de Conservação **Bom**

## ANEXO C B

## Ficha do Objeto - Dados Gerais

## Museu de Artes e Ofício

Instituto Cultural Flávio Gutierrez

Número MAO: 1751  
 Nome do Objeto Fogão  
 Classe: 05 interiores  
 SubClasse: 05.6 utensílio de cozinha / mesa  
 Grupo: Ofícios da conservação e da transformação de alime  
 Ofício: Cozinheira



Material / Técnica: Madeira/recortado, Pedra-sabão/entalhado, Pedra-sabão/recortado, Madeira/encaixado e envernizado

Período: Século XVIII / XIX

## Dimensões

alt x larg x comp

91,00 x 117,00 x 313,00

Procedência:

Diâmetro (cm):

0,00

Data de Criação:

Peso (kg):

0,00

Descrição:

Fogão a lenha doméstico, de grandes dimensões, com a estrutura de madeira em seis grossas pernas de secção quadrangular e laterais com varais sobrepostos; centro fechado por seis grandes placas de pedra; a parte superior, toda em pedra-sabão; tem a parte anterior rebaixada, revestida por placas de pedra-sabão; a parte posterior é elevada e também revestida superiormente e nas laterais por blocos de pedra-sabão, e sua parte central é rebaixada e aberta, para a alimentação do fogo com a lenha e colocação da trempe; o fundo encontra-se tampado, com a pedra central provida de dois grandes orifícios circulares, sendo que o posterior possui uma tampa de encaixe e, entre eles, outros dois orifícios de menor diâmetro; a parte traseira possui uma abertura retangular emoldurada por pedra-sabão, que serve de chaminé; o fogão tem o seu interior preenchido por terra.

Artista:

Não especificado

Marcas e Inscrições:

Inexistentes

Forma de Aquisição: Doação - Ângela Gutierrez

Data de Aquisição: 08/02/2006 00:00

Valor de Aquisição: 0,00 Dolar

Histórico:

Observação:

Localização: Prédio B->Primeiro Andar->Conjunto 53

Estado de Conservação Bom

terça-feira, 5 de janeiro de 2010

## ANEXO C C

## Ficha do Objeto - Dados Gerais

## Museu de Artes e Ofici

Instituto Cultural Flávio Gutierrez

Número MAO: **1641**  
 Nome do Objeto **Moinho**  
 Classe: **06** trabalho  
 SubClasse: **06.1** equipamento agrícola  
 Grupo: **Jardim das Energias**  
 Ofício: **Energia Hidráulica**



Material / Técnica: **Ferro/fundido, Madeira/encaixado e envernizado, Madeira/recortado e entalhado, concreto/moldado, pedra/recortado e entalhado**

Período: **Século XIX / XX**

Dimensõesalt x larg x comp**265,00 x 340,00 x 124,00**

Procedência:

Diâmetro (cm):

**63,00**

Data de Criação:

Peso (kg):

**0,00**

Descrição:

Moinho de água horizontal, com o órgão motor constituído por uma roda horizontal, o "rodízio", formada por vinte e três palhetas em forma de conchas, as "penas", reforçadas por um aro de ferro superior; o sistema de transmissão é composto por um eixo de madeira oitavado que se eleva do rodízio, com a parte superior quadrangular onde se encaixa um eixo mais fino, de ferro, que coloca em funcionamento a máquina operatriz do moinho, composta de duas mós, sendo a inferior fixa e circular, de pedra, e a superior móvel, confeccionada de uma mistura de concreto e pequenas pedras; ambas têm o centro vazado por "olhos", onde atravessa o ferro que sobe do eixo de transmissão e que prende-se na superfície inferior da mó superior; no olho desta é onde se joga o cereal a ser moído; a mó superior é ainda guarneçada por um aro de madeira que não fecha toda a sua circunferência; as mós se apóia em uma estrutura de madeira composta de sete barras transversais e quatro longitudinais, formando um quadrado aberto; essa estrutura, por sua vez, apóia-se sobre uma plataforma comprida, de madeira, que tem um dos extremos sustentado por duas pilastras e o outro extremo apoiado sobre uma barra horizontal de madeira, deitada sobre o chão.

Artista:

**Não especificado**

Marcas e Inscrições:

**Inexistentes**

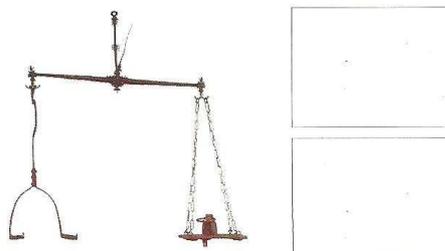
## ANEXO C D

## Museu de Artes e Ofícios

Instituto Cultural Flávio Gutierrez

## Ficha do Objeto - Dados Gerais

Número MAO: **1754**  
 Número Antigo:  
 Nome do Objeto **Balança**  
 Classe: **14** **medição / registro / o**  
 SubClasse: **14.1** **instrumento de preci**  
 Grupo: **Ofícios do Comércio**  
 Ofício: **Comerciante**



Material / Técnica: **bronze/fundido e repuxado, Ferro/fundido e repuxado, Madeira/encaixado e envernizado, Madeira/recortado e entalhado**

Período: **Século XVIII - 1767**

Dimensões: **319,00 x 71,00 x 190,00**

Procedência: **Salvador - Bahia**

Diâmetro (cm):

Data de Criação:

Peso (kg):

Estado de Conservação: **Bom**

Localização: **Galeria - Nicho da Balança**

## Descrição:

Balança constituída por um travessão reto, mais grosso ao meio e decorado em relevo formando desenhos fitomorfos, frisos, enrolamentos e folhas; do meio sobe perpendicularmente uma haste articulada, decorada em frisos e enrolamentos, em cujo centro corre o fiel, este reto e apontado, com a parte inferior retorcida e decorada em enrolamentos; cada extremidade do travessão possui um gancho duplo de ferro, articulado, decorado em enrolamentos, e uma coroa armilar no arremate superior; de um dos ganchos descem dois pares de correntes de elos elípticos, que sustentam inferiormente um grande prato retangular, de madeira; os ganchos opostos sustentam uma grande haste de ferro, com a parte superior recurvada em "S" e a parte inferior bifurcada em "V", dobrado em duas paralelas horizontais; a balança é por sua vez sustentada superiormente por uma grossa corrente de ferro em sete elos, com um gancho inferior engatado na alça superior da balança, e uma haste superior em "U", que serve para prendê-la a algum suporte superior.

Artista: **Não especificado**

Marcas e Inscrições: **No travessão, entre os desenhos fitomorfos, em uma das faces: "17-67".  
 Na outra face: iniciais "HL...?....LB"  
 As paralelas da haste grande apresentam duas marcas ilegíveis, por causa do desgaste.**

Forma de Aquisição: **Doação - Ângela Gutierrez**

Valor de Aquisição: **0,00 Dolar**

Doador:

Taxa de Conversão: **0,00**

Data de Aquisição: **8/2/2006 00:00:00**

## Histórico:

**Balança adquirida em um ferro velho. Segundo informações do vendedor à colecionadora, a balança era utilizada para pesar escravos.**

## Observação:

**Pertencem à balança o conjunto de pesos de números de tombo 1296 a 1299.**

**Comprimento do travessão: 160cm**

**Não há comprovação documental.**

Referências Bibliográficas

Referências Documentais

### ANEXO E

Cópia do folder com o mapa do MAO.

