Instituto Brasileiro de Museus/MinC
Fundação Oswaldo Cruz/MS
Museu de Astronomia e Ciências Afins/MCT
Escola Nacional de Ciências Estatísticas/IBGE

CADERNO DE CAMPO

Procedimentos para a realização da pesquisa

PESQUISA PERFIL-OPINIÃO DE VISITANTES

:: 2009 ::

Caderno de Campo
Procedimentos para a realização da pesquisa

Observatório de Museus e Centros Culturais

Pesquisa Perfil-Opinião de Visitantes

Objetivos deste caderno

O caderno foi elaborado para informar a todos aqueles envolvidos com a distribuição, apoio ao preenchimento e recolhimento dos questionários referentes à Pesquisa Perfil-Opinião. Este caderno explicita para todas as instituições participantes os procedimentos de distribuição e recolhimento dos questionários. Dessa forma, espera-se garantir a comparabilidade entre os dados construídos.

Uso do caderno

É aconselhável a leitura atenta do caderno e a cada vez que surgirem dúvidas sobre os procedimentos da pesquisa sugere-se procurar o responsável pelo Observatório no museu. Neste caso, deve-se informar sobre as dificuldades, relatar os procedimentos privilegiados e discutir sobre como proceder ulteriormente. É importante lembrar que ao omitir dúvidas ou dificuldades, coloca-se em risco a validade da pesquisa.

O caderno aborda cinco pontos:

1. Apresentação da pesquisa (sujeitos, amostragem, representatividade, período, local);

2. Distribuição dos questionários (preenchimento prévio, escolha aleatória, informação e conforto do sujeito informante);

3. Apoio durante preenchimento;

4. Recolhimento;

5. Acompanhamento semanal (verificar as metas quantitativas semanais, codificação e preenchimento da folha de controle dos questionários).

1. Apresentação da pesquisa

O Instituto Brasileiro de Museus/MinC, a Fundação Oswaldo Cruz/MS, o Museu de Astronomia e Ciências Afins/MCT e a Escola Nacional de Ciências Estatísticas/IBGE vêm construindo uma profícua parceria visando à implementação do Observatório de Museus e Centros Culturais (OMCC). O projeto reúne atores dos setores da cultura, da saúde e da ciência e tecnologia para oferecer à sociedade brasileira elementos de informação e análise técnica e científica sobre os processos de apropriação social dos museus e instituições afins.

A produção periódica de dados sobre as formas de apropriação dos museus pela sociedade constitui instrumento estratégico para a avaliação, a orientação e o planejamento de políticas públicas não só para o campo museal, como para aquele onde se discute a cultura como determinante social da saúde ou ainda onde se prepara o desenvolvimento científico e tecnológico de nosso país. O museu, dentro da cultura, é vetor de múltiplos movimentos e sua ação e impacto na sociedade avançam intersetorialmente.

O OMCC é um sistema de produção, reunião, compartilhamento de dados e conhecimentos diversos sobre os museus em sua relação com a sociedade. Reúne instituições culturais variadas, integrando, por adesão, diversas instituições museológicas parceiras, promovendo o intercâmbio entre museus de artes, de ciências e demais classificações temáticas do campo cultural.

São objetivos do OMCC:
1. Subsidiar a elaboração e a avaliação de políticas públicas nos campos da cultura e afins;
2. Subsidiar a prática profissional;
3. Subsidiar a pesquisa;
4. Promover um espaço de discussão e estudo sobre o museu, voltado não apenas para os especialistas, como também para o visitante e para o não visitante, ampliando o âmbito do debate sobre a instituição para toda a sociedade.

A Pesquisa Perfil-Opinião do OMCC consiste no primeiro esforço entre as instituições parceiras, visando construir dados sobre visitantes e práticas de visita que possam ser compartilhados e comparados, tanto sincrônicos como diacronicamente. Esta pesquisa pretende conhecer os contextos, pessoal e social da visita, e como estes incidem na caracterização das diversas práticas de visita. Além disso, a pesquisa busca permitir ao visitante expressar sua opinião sobre a qualidade dos serviços oferecidos pelos museus e apresentar suas expectativas com relação a estas instituições.

Em suma, é uma pesquisa quantitativa, a partir de enquete de tipo *survey*, utilizando um questionário com questões fechadas ou semi-abertas, preenchido pelo visitante, selecionado ao acaso. Trata da prática real de visita, ao contrário das pesquisas domiciliares ou situações diversas onde a visita ao museu é informada, constituindo prática declarada.

O Questionário está organizado em quatro blocos: antecedentes e circunstâncias da visita; opinião sobre os serviços oferecidos nos museus; hábito de visitas a museus e instituições afins e perfil socioeconômico e cultural do visitante.

1.1. A quem se dirige a pesquisa?

A pesquisa interroga o visitante com 15 ou mais anos de idade, em situação de visita a um museu, não participante de visitas organizadas pelas escolas, pagante ou não pagante. Portanto, estão excluídos os grupos escolares com visitas agendadas, independentemente da idade e série escolar freqüentada, e ainda os visitantes com menos de 15 anos de idade. As famílias, membros de grupos turísticos, de associações ou outros que estejam na faixa etária considerada **farão parte da pesquisa**. Estudantes em visita não organizada ou agendada pela escola poderão responder à pesquisa.

1.2. Quantos informantes participam da pesquisa?

A amostra (número mínimo de informantes desejado) é dimensionada de tal forma que o número de questionários válidos resultante possibilite estimativas de proporções da população de visitantes do museu que possuem determinados atributos, por exemplo, a proporção de visitantes do sexo masculino, com precisão absoluta preestabelecida de 3,3 %, com nível de confiança de 95%. O número de informantes resultante poderá variar segundo o museu.

1.3. Como garantir a representatividade da amostra?

Para que os sujeitos da pesquisa tenham chances iguais de responder é preciso desenvolver uma estratégia de distribuição aleatória do questionário, ou seja, ao acaso. Quando esta entrega é feita de maneira aleatória, há maiores chances de garantir a representatividade da amostra junto à população de referência, neste caso, os visitantes de um determinado museu.

1.4. Qual será o período de realização da pesquisa?

Será realizada no período previsto pelo Observatório, em acordo com os museus parceiros participantes. O período está sujeito a alterações, caso haja necessidade de complementar o número mínimo de informantes para cada museu. Isto depende do tamanho da amostra previamente estabelecida, conforme os critérios estatísticos referentes à estimação de proporções e às restrições orçamentárias e operacionais para a execução da pesquisa.

1.5. Onde será aplicada a pesquisa?

A pesquisa será aplicada nas Instituições participantes do Observatório de Museus e Centros Culturais.

2. Distribuição do questionário

2.1. Preenchimento prévio dos campos de identificação

O responsável pelo Observatório em cada instituição parceira deverá responsabilizar-se pelo preenchimento prévio do cabeçalho do questionário onde consta o código do museu, data da visita, dia da semana e o número do questionário.

2.2. Como organizar a entrega?

Para que o questionário seja distribuído de forma aleatória, visando ser representativo da população de referência, propõe-se que seja realizada uma amostragem sistemática – método de seleção aleatória, ao acaso. Este método consiste em definir uma lista ou um **cadastro tipo lista*** e especificar o intervalo de seleção e o ponto de partida.
O intervalo de seleção é a razão entre o tamanho da população (N) e o tamanho da amostra (n), ou seja, K=N/n. No caso desta pesquisa, N é uma estimativa do número médio de visitas em cada museu no ano anterior (a população de referência) e n corresponde à ao tamanho de amostra previamente estipulada.

Diferentes modalidades de cadastro tipo lista*

a) Para aqueles **museus que cobram ingresso ou que distribuem uma senha/bilhete numerado**, **a numeração dos bilhetes poderá ser usada como o cadastro tipo lista** que subsidiará o processo de escolha do visitante que receberá o questionário a ser respondido. Neste caso, supondo que o **intervalo de seleção** para certo museu

seja de 1 a cada 5 visitantes ao longo dos três meses de duração da pesquisa, os bilhetes cujos números terminem por 0 ou 5 correspondem aos visitantes que, no ato de aquisição do bilhete, receberão o questionário.
b) Caso **o museu não disponha de bilheteria**, o processo de escolha aleatória do visitante consistirá em selecionar aleatoriamente um visitante na entrada e entregar o próximo questionário ao quinto visitante seguinte àquele que tenha recebido o questionário. Assim, **a fila ou fluxo de entrada passa a ser considerado o cadastro tipo lista**. O ponto de partida (o primeiro a receber) poderá ser, por exemplo, o último dígito correspondente ao dia do mês de realização da pesquisa, logo se o dia for 18 de junho, o oitavo visitante a entrar será o primeiro da série, aplicando-se a partir de então, o intervalo de seleção estabelecido.

ATENÇÃO:

✓ Lembre que a população de referência da pesquisa são os visitantes com 15 anos ou mais de idade que não vierem em grupos escolares previamente agendados. **Avise ao visitante selecionado ou à pessoa que estiver comprando o bilhete "sorteado" que a pesquisa está direcionada para visitantes com 15 ou mais anos de idade.** Em caso de dúvidas sobre a idade, pergunte se o informante tem mais de 15 anos.

✓ **Se estiver na bilheteria** preste atenção aos dígitos dos bilhetes que indicam a entrega de um questionário. Os ingressos poderão ser previamente marcados para facilitar a distribuição.

✓ **Caso o visitante selecionado recuse o questionário**, não insista. Agradeça e guarde o mesmo em um envelope separado para que se tenha, ao final do dia, uma idéia do número de questionários recusados. Aguarde o próximo bilhete onde o número termine pelos dígitos previamente selecionados ou que ocupe a posição pré-determinada no fluxo de entrada. Os questionários recusados, depois de contabilizados no final do dia e registrados na folha de acompanhamento da pesquisa (ver em anexo), devem retornar à pilha dos questionários a serem distribuídos.

2.3. Como abordar o visitante para entregar o questionário?

Gentilmente, explicar que o Museu visitado faz parte do Observatório de Museus e Centros Culturais e que está fazendo uma pesquisa. Informar que se trata de um projeto realizado em parceria por diferentes museus com o apoio do Instituto Brasileiro de Museus/IBRAM e que a identidade do informante será mantida em

sigilo. Chamar a atenção para a pequena carta que abre o questionário na qual estão explicitados os objetivos da pesquisa e para as informações sobre como preencher os questionários, bem como sobre quando e onde devolvê-lo.

2.4. Material de apoio

Deverão ser providenciados cartazes explicativos sobre o Observatório e também outros que tirem dúvidas sobre **quando preencher (no final da visita), como (individualmente) e onde devolver o questionário (uma mesa com envelope ou uma urna, caso haja disponibilidade).**

2.5. Conforto do visitante

É importante prever um espaço com algumas cadeiras, mesas, canetas que permitam aos visitantes condições mínimas de conforto para preencher o questionário. Este espaço deve estar próximo à saída e à mesa ou urna de entrega do questionário. Em último caso, pranchetas devem ser disponibilizadas, entregues pelos atendentes/recepcionistas ou responsável pela segurança interna, devendo estar visíveis para o informante. A situação ideal seria poder dispor de água e café bem como poder oferecer um pequeno brinde ao visitante que participa da pesquisa (uma caneta, postais, agenda cultural, adesivo...).

3. Apoio durante o preenchimento

É importante que alguém possa tirar dúvidas caso estas se manifestem. Embora os questionários tenham sido concebidos para serem auto preenchidos, é inevitável a ocorrência de dúvidas em certos casos. Aconselhamos que se garanta a presença de alguém capaz de orientar minimamente o informante em caso de dúvida. Os visitantes poderão, por exemplo, ser informados sobre a forma como o questionário deve ser preenchido. É importante lembrar, no entanto, que não se trata de interferir ou induzir respostas em qualquer das questões propostas. Esta pessoa poderá ser identificada pelo uso de crachá e/ou camiseta. Podem ser capacitados recepcionistas, agentes de segurança ou mediadores para atender a estas questões.

4. Recolhimento

Os questionários devem ser devolvidos ao final da visita em local próprio para isto: uma mesa com envelope ou urna são soluções possíveis. Esta informação, como já foi anteriormente colocada, estará na carta entregue na recepção e em cartazes. Caso haja algum segurança ou outro profissional próximo à saída do museu, este poderá lembrar ao visitante que ali se encontra o local de devolução do questionário.
Ao final do dia de pesquisa, a pessoa responsável pelo Observatório no Museu deverá guardar os **questionários devolvidos e respondidos em um envelope**, no qual deve constar a data e o nome da instituição. **A folha de acompanhamento** deverá ser preenchida semanalmente, na qual consta o número de questionários entregues, o número de questionários respondidos, o número de questionários inválidos, o número de questionários recusados, o número de questionários devolvidos em branco e o número de questionários não devolvidos.

5. Acompanhamento

É muito importante que seja verificada, semanalmente, a quantidade de questionários total ou parcialmente respondidos, preenchendo a folha de acompanhamento. Estas informações devem ser encaminhadas e discutidas junto à equipe do Observatório responsável pela aplicação da Pesquisa a fim de propor, caso necessário, alterações no intervalo de seleção previamente estipulado, visando alcançar a representatividade da amostra de visitantes, bem como a tabulação dos resultados da pesquisa.

ATENÇÃO:

✓ Serão considerados questionários válidos aqueles retornados total ou parcialmente preenchidos desde que, **necessariamente**, os quesitos 4.1, 4.2, 4.4, 4.6 e 4.10 do bloco 4 (Conhecendo Você) tenham sido respondidos.

✓ Reuniões para acertar questões referentes ao andamento da pesquisa serão propostas.