



Espaço do
Conhecimento
UFMG

ESTUDO DE PÚBLICO NO ESPAÇO DO CONHECIMENTO UFMG

Programa de Bolsas de Iniciação Científica para a Rede de Museus e Espaços de Ciência e Cultura – Inscrição Nº 9990

Bolsista: Luan Carlos Mateus Ferreira (luancarlosmferreira@gmail.com)

Orientadora: Sibelle Cornélio Diniz (sibelled@cedeplar.ufmg.br)

INTRODUÇÃO

A “Economia da Cultura” se constitui no estudo da dimensão econômica da cultura, considerando produção, distribuição e consumo. Entre os fatores associados ao consumo e fruição da cultura estão renda, escolaridade e tempo disponível, além da exposição prévia e formação de hábitos culturais. (DINIZ; MACHADO, 2011; MACHADO et al, 2017).

A cultura e seus mais diversos segmentos possuem uma grande importância econômica, no que diz respeito à geração de emprego (por ser trabalho-intensiva), incentivo à criatividade e valorização da diversidade. Essa discussão se aplica aos museus, importantes equipamentos de difusão e produção do conhecimento em suas diversas faces. Recentemente, a pesquisa de público tem se tornado uma ferramenta importante para os espaços museológicos. Este projeto utilizará das hipóteses da Economia da Cultura para elaboração de instrumentos de pesquisa e interpretação dos resultados a respeito do público do Espaço do Conhecimento UFMG.

OBJETIVOS

Nesta pesquisa busca-se compreender os perfis dos diversos públicos do ECUFGM, do ponto de vista socioeconômico, bem como suas percepções sobre as experiências vivenciadas nesse espaço. Busca-se obter subsídios para os processos educativos, formativos, de comunicação, expografia e design que ocorrem no museu.

METODOLOGIA

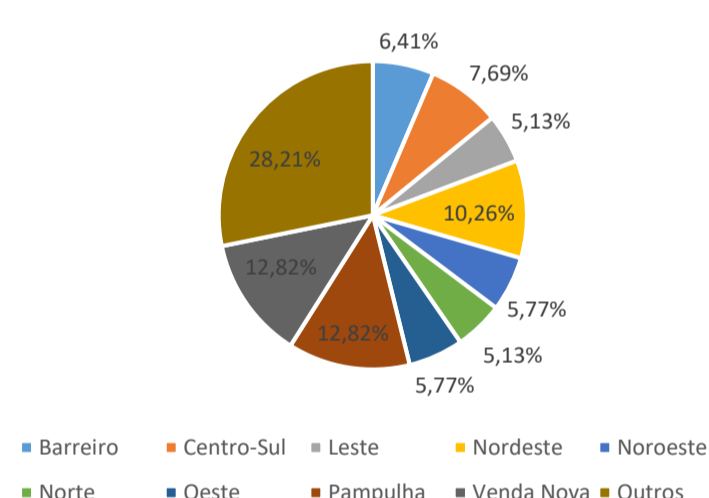
Na primeira fase da pesquisa, foram aplicados questionários junto ao público espontâneo (amostra de 272 indivíduos) e agendado (neste caso, com participação de todos os grupos visitantes). Na segunda fase foi realizado pré-teste de questionário a ser aplicado junto ao público espontâneo, desta vez com um número maior de questões, relacionadas aos núcleos de trabalho e pesquisa no museu. Na terceira fase, foram aplicados questionários por meio eletrônico junto à comunidade universitária.

RESULTADOS

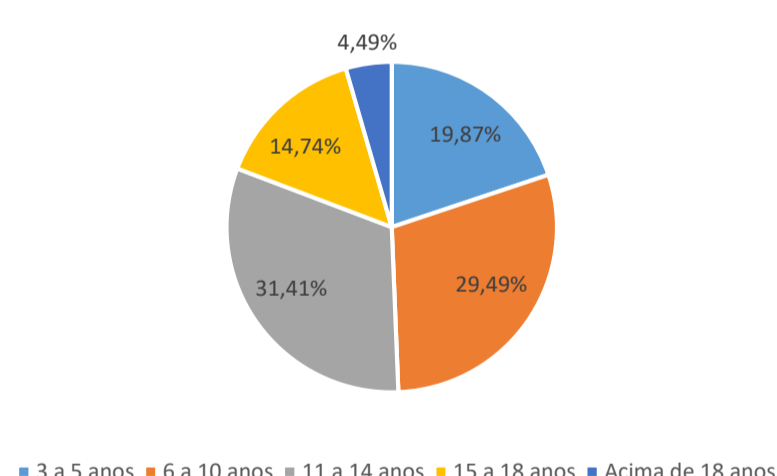
Primeira Fase

Público Entrevistado	272	Raça/Etnia	
Idade Média	32	Branco	51,10%
Sexo		Negro	9,60%
Feminino	56%	Pardo	29%
Masculino	44%	Amarelo	2,60%
Escolaridade		Indígena	0%
Ensino fundamental incompleto	0%	Outro	1,80%
Ensino fundamental completo	1%	Não sei	5,90%
Ensino médio incompleto	3%	Número de visitas	
Ensino médio completo	14%	Primeira vez	63,20%
Ensino superior incompleto	29%	De 2 a 5 vezes	29,80%
Ensino superior completo	33%	De 6 a 10 vezes	2,20%
Pós-graduação	19%	Mais de 10 vezes	1,10%
Renda		Com frequência	3,70%
Não possui renda	20%	Meio de locomoção	
Renda até R\$937,00	12%	Carro	43,80%
Renda entre R\$937,00 a R\$2.811,00	23%	Motocicleta	0,40%
Renda entre R\$2.811,00 a R\$5.622,00	14%	Bicicleta	0%
Renda entre R\$5.622,00 a R\$8.433,00	8%	Onibus	32%
Renda acima de R\$8.433,00	11%	Metrô	0%
Não quer declarar	12%	Taxi/Uber	6,60%
Local de residência		A pé	17,30%
Belo Horizonte	63%	Gasto estimado na visita	
Cidade na Região metropolitana de BH	15%	R\$0,00	15,10%
Cidade no interior de Minas Gerais	8%	Até R\$ 10,00	30,10%
Outro estado brasileiro	14%	De R\$ 10,00 a R\$ 50,00	50%
		De R\$ 50,00 a R\$ 100,00	4,40%
		Mais de R\$ 100,00	0,40%

Regional da Escola

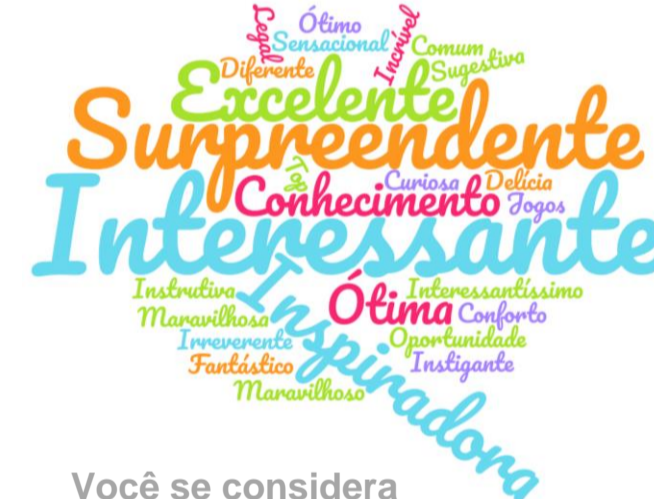


Faixa etária dos alunos visitantes

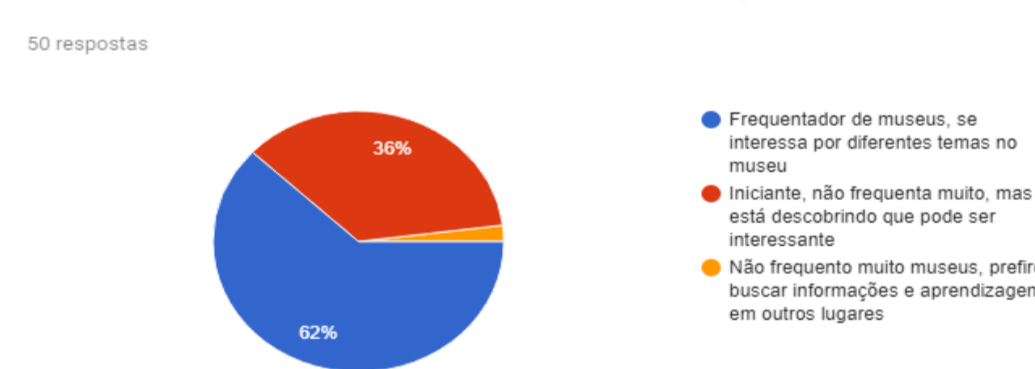


Segunda Fase

Descreva a visita em uma palavra



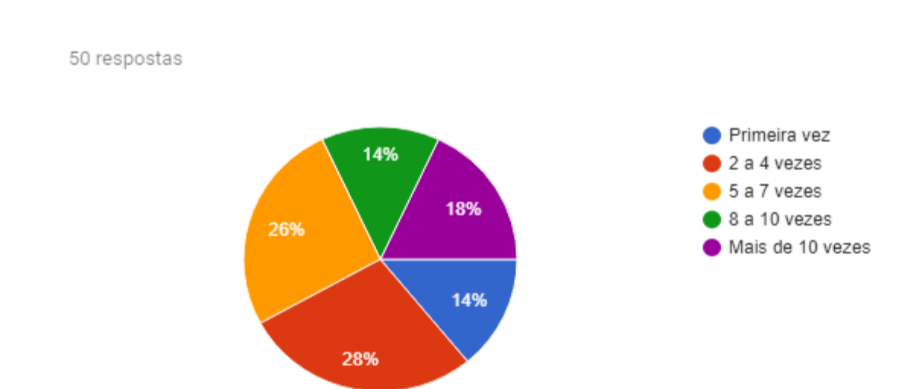
Você se considera



Busca de eventos em redes sociais



Visitas a museus ou centros culturais em 2017



BIBLIOGRAFIA

DINIZ, S. C.; MACHADO, A. F. . **Analysis of the consumption of artistic - cultural goods and services in Brazil.** Journal of Cultural Economics, v.35, p.1-18, 2011.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica** - 5. ed. - São Paulo : Atlas 2003.

MACHADO, A. F.; GOLGHER, André; DINIZ, S. C.; GAMA, L. D.. **Consumption of cultural goods and services and time allocation in Brazil.** NOVA ECONOMIA (UFMG.IMPRESSO), v.27, p.35-63, 2017.

APOIO

UFMG
UNIVERSIDADE FEDERAL
DE MINAS GERAIS

PRPQ
PRÓ-REITORIA
DE PESQUISA



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos nas primeiras fases da pesquisa corroboram as hipóteses da literatura em Economia da Cultura, quais sejam, de que o consumidor de cultura em geral possui escolaridade mais elevada e teve maior acesso à cultura no passado. Também foi possível verificar a vantagem locacional de acesso a bens culturais. Isso demonstra a relevância do incentivo à cultura, principalmente para as classes menos abastadas da população e de regiões periféricas.

**SEMANA DO
CONHECIMENTO**

UFMG
2018

Saberes e práticas para reduzir desigualdades

