

**PESQUISA DE IDENTIFICAÇÃO DE PERFIL E DE  
SATISFAÇÃO DOS USUÁRIOS DO CENTRO INTEGRADO DE  
CULTURA (CIC) COMO FONTE DE INFORMAÇÃO PARA  
GESTÃO PÚBLICA DA CULTURA**

**Ana Paula Weschenfelder** (FCC/ENA) - wppaula1@gmail.com

**Helena Kuerten de Salles** (UNISUL) - helenasalles@yahoo.com.br

**Resumo:**

*O presente trabalho versa sobre gestão pública da cultura. Esta pesquisa teve como objetivo central identificar o perfil e o nível de satisfação dos usuários do Centro Integrado de Cultura (CIC), maior complexo cultural de Santa Catarina, localizado em Florianópolis e administrado pela Fundação Catarinense de Cultura (FCC). A questão orientadora nas ações desta pesquisa fundamentou-se na necessidade de conhecer quem frequenta o espaço e como ele o avalia, com a finalidade de se elaborar recomendações à administração da FCC, baseadas na opinião pública. Para que estes objetivos pudessem ser alcançados, os procedimentos metodológicos adotados foram de abordagem quantitativa, objetivo exploratório e descritivo. Os dados foram levantados através da aplicação questionários com uma amostra de quinhentos pessoas.*

**Palavras-chave:** *administração pública da cultura, indicadores culturais, pesquisa de satisfação, identificação de perfil do usuário*

**Área temática:** *GT-17 Organização, Política e Cultura*

## **1 - Contextualização**

No estado de Santa Catarina, no contexto da administração pública da cultura, a quase-ausência de dados sistematizados sobre o campo é um problema reconhecido por gestores locais de arte e cultura. Na esteira dessa situação, o mais expressivo equipamento cultural da capital do estado, o Centro Integrado de Cultura (CIC), em seus 34 anos de existência não tem registro do perfil dos seus frequentadores e tampouco realizou qualquer pesquisa com intuito de conhecer o nível de satisfação desses usuários. Nesse sentido, esse estudo tem como objetivo contribuir com o aprimoramento da gestão pública da cultura por meio da realização de uma pesquisa de levantamento para conhecer quem são e o que pensam os usuários do CIC.

Essa pesquisa justifica-se pela necessidade de subsidiar a gestão deste equipamento cultural, hoje realizada pela Fundação Catarinense de Cultura (FCC), para que possa efetuar uma adequação dos serviços oferecidos e reconhecer o que está sendo realizado com êxito. Além de contribuir para o alinhamento das ações da FCC, o levantamento de dados dessa natureza permite mapear que são os principais frequentadores do maior complexo cultural do estado e assim, aprimorar suas ações e também repensa-las no sentido de ampliar o acesso aos usuários mais esporádicos.

A Fundação Catarinense de Cultura (FCC), pessoa jurídica de direito público, foi criada oficialmente em 1979, está vinculada à Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte (SOL) e tem como missão “valorizar a cultura através de ações que estimulem, promovam e preservem a memória e a produção artística catarinense” e como visão “ser uma instituição reconhecida pela excelência na valorização da memória e estímulo à produção e difusão cultural, com autonomia para realizar suas ações de modo a democratizar o acesso à cultura no Estado de Santa Catarina”. A FCC trabalha com o patrimônio cultural de Santa Catarina, com ações efetivas na área museal, tombamentos de edificações e objetos com valor histórico-cultural, restauração, conservação de bens culturais, além do registro e valorização de bens culturais de natureza imaterial. A difusão artística também é uma das áreas de trabalho da FCC, realizada por meio de oficinas, publicações especializadas e eventos artísticos de teatro, dança, música, pintura, fotografia, dentre outros.

O órgão conta com duzentos e setenta e um (271) colaboradores para administrar os treze (13) equipamentos culturais que estão sob sua responsabilidade. Na capital do estado, Florianópolis, há o complexo cultural do Centro Integrado de Cultura (CIC), que compreende o Teatro Ademar Rosa (TAR), o Museu de Arte de Santa Catarina (MASC), o Museu de Imagem e

do Som de Santa Catarina (MIS/SC), o Cinema do CIC, e a sede administrativa da Fundação Catarinense de Cultura (FCC). Ainda em Florianópolis, há o Teatro Álvaro de Carvalho (TAC); a Casa da Alfândega; a Casa José Boiteux; a Biblioteca Pública de Santa Catarina; e o Museu Histórico de Santa Catarina (MHSC – Palácio Cruz e Sousa). Há no município de Biguaçu a Casa dos Açores – Museu Etnográfico; em Rancho Queimado a Casa de Campo do Governador Hercílio Luz; e em São Francisco do Sul o Museu Nacional do Mar – Embarcações Brasileiras.

Dentre todos os espaços administrados pela FCC, o Centro Integrado de Cultura é o que apresenta maior impacto cultural e social aos seus frequentadores e aos cidadãos em geral, tanto pelo número de equipamentos culturais ali existentes, quanto pelo número de pessoas que visitam este centro cultural todos os anos, que atualmente é calculado por estimativa. Em 2014, a estimativa de público foi de 131.438 pessoas.

O CIC foi fundado em 1982 e possui 9.993m<sup>2</sup> de área construída, inserido em um terreno com 40.000m<sup>2</sup>. Nele estão abrigados além dos equipamentos citados anteriormente, a Escolinha de Arte e as Oficinas de Arte, Ateliê de Conservação e Restauração de Bens Culturais Móveis, Espaço Lindolf Bell, Espaço Oficina e Café Matisse.

As políticas culturais devem levar em conta as demandas e necessidades culturais da sociedade contemporânea. Para tal, é essencial dispor de dados e informações que possam colaborar com o diagnóstico de certas situações e com o delineamento de ações. Ouvindo-se os usuários do CIC, o planejamento das ações pode ser mais direcionado para as reais necessidades dos usuários.

Além das vantagens que o levantamento destes dados trará para a gestão do CIC, igualmente importante, o questionário elaborado para esta pesquisa servirá de base para que outras cidades do estado catarinense possam adaptá-lo e aplicá-lo em seus centros culturais, formando-se assim, futuramente, uma base de dados culturais deste estado.

Gilberto Gil, quando Ministro da Cultura, disse que as políticas públicas estão cada vez mais transversais, sintonizadas e sincronizadas entre si, mas para que as políticas culturais sejam mais pensadas, é necessário que os gestores culturais disponham de informações, dados e análises capazes de alimentar o processo de formulação, acompanhamento e avaliação de políticas. No Brasil, neste campo, muito ainda há por ser feito.

Sabe-se da extrema complexidade do termo **cultura** e da subjetividade em defini-lo. Discutir cultura pode ser um tema difícil, visto que a forma que se entende cultura pode diferir

bastante. Todavia, um entendimento possível para cultura é “aquilo que os homens criam, atribuem sentido, transformam e podem compreender. Aquilo que, ao mesmo tempo, faz com que os homens se transformem e possam ser apresentados, conhecidos e compreendidos por outros homens” (SAMPAIO, 2003, p. 44).

Martinell (2003) aponta a importância da cultura como componente de qualidade de vida. A cultura não é a solução para a violência, nem para a pobreza. Mas ela coopera na resolução destes problemas, fazendo saber, assim, que é importante que sejam desenvolvidos instrumentos para medir a real repercussão dos efeitos das ações culturais. Silva (2007, p. 1) enfatiza a relevância da cultura na sociedade ao afirmar que “o acesso à cultura representa um sinal de desenvolvimento geral de uma sociedade; e a capacidade de participar da cultura, criá-la e legá-la às gerações futuras tornou-se um indicador de melhorias sociais e econômicas”.

## **2 – Objetivo**

Este estudo, de caráter exploratório, teve como objetivo levantar informações que subsidiem o planejamento da gestão pública cultura, notadamente da Fundação Catarinense de Cultura. Neste sentido, diante o contexto já apresentado, o objetivo é *Identificar o perfil dos usuários do Centro Integrado de Cultura (CIC) e o seu nível de satisfação para com os serviços oferecidos pelo espaço*. Há ainda outros propósitos menores, os objetivos intermediários, quais sejam:

- a) Definir variáveis para identificação de perfil e de satisfação de usuários de equipamentos culturais;
- b) Identificar o perfil dos usuários do CIC;
- c) Identificar o nível de satisfação dos usuários do CIC;
- d) Conhecer a percepção dos usuários quanto ao espaço;
- e) Elaborar uma lista de recomendações de melhoria para a administração da FCC.

## **3 – Metodologia**

Para alcançar o objetivo proposto, fez-se necessário eleger um método que fosse adequado à Pesquisa de Identificação de Perfil e de Satisfação dos Usuários do CIC. Logo, definiu-se para esta pesquisa uma abordagem quantitativa, a qual, considerando os frequentadores do CIC como população seguiu a técnica de amostragem não-probabilística por conveniência. Na amostragem não probabilística o método de seleção dos participantes da pesquisa não permite iguais

oportunidades para todos os elementos da população participarem da seleção amostral. Isto impede a possibilidade de generalização dos resultados para toda população. No entanto, quando não se tem acesso a todos os elementos da população para retirada de uma amostra aleatória, então se deve recorrer à amostragem não probabilística (BARBETTA, 2002). Na amostra por conveniência os participantes são selecionados porque eles estão disponíveis (GRAY, 2012).

Embora para amostragens não probabilísticas o cálculo amostral não seja uma exigência, nesta pesquisa este cálculo foi feito para ter-se um número como parâmetro. Assim, considerando uma população de usuários do CIC estimada em 131.438 pessoas no ano de 2014, após o cálculo amostral com margem de erro de 5% e 95% de nível de confiança teríamos uma amostra de 384 pessoas. Ao final da coleta dos dados, que foi realizada por meio de questionário e aconteceu ao longo do mês de maio de 2016, se obteve a participação de 500 pessoas na pesquisa, sendo 250 questionários aplicados presencialmente e 250 online. Para obter a participação de um público diversificado, a coleta dos dados presencial foi realizada em todos os turnos. Sobre a divulgação do questionário online, esta foi feita de diversas formas: através de *mailing list*; assessoria de comunicação da FCC que divulgou para a imprensa, o que gerou uma ampla exposição da pesquisa; em jornais impressos; no site da FCC e na página do CIC no Facebook; em websites de jornais e TV.

Quanto ao questionário, cabe destacar que visando possibilitar a comparação dos dados desta pesquisa com dados coletados para o Sistema de Informações e Indicadores Culturais desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), houve uma preocupação em adotar no questionário os mesmos parâmetros adotados pelo IBGE para variáveis em comum, como a classificação da faixa etária e renda, por exemplo. As questões foram elaboradas a partir de variáveis relacionada a identificação do perfil do usuário e a satisfação com os serviços oferecidos pelo CIC, conforme o quadro 01.

<b>Variáveis para Identificação do Perfil do Usuário</b>	<b>Variáveis sobre a Satisfação do Usuário</b>
Sexo	Programação dos espaços do CIC
Faixa etária	Divulgação da programação
Município de residência	Sinalização interna do CIC
Estado civil	Sinalização externa ao CIC
Possui filhos	Estacionamento
Renda individual	Bilheteria

Nível de instrução	Segurança
Ocupação	Limpeza
Meio de transporte utilizado para ir ao CIC	Temas de maior interesse na programação
Espaços do CIC que mais frequenta	
Frequência que vai ao CIC	
Como fica sabendo da programação	

Quadro 1: As variáveis do questionário  
Fonte: elaborado pelas autoras

#### 4 – Principais Resultados

Os dados coletados foram integralmente tabulados em planilhas de Excel e estão ainda em processo de análise, sobretudo quanto ao cruzamento de variáveis. No entanto, já há um extenso volume de informações geradas e que já permitem reconhecer quem são os principais usuários do CIC e o que pensam sobre o Complexo Cultural.

Quanto a **identificação de perfil** dos frequentadores do CIC, que mostra quem são os usuários do maior complexo cultural do estado, concluiu-se que: a maioria é do **sexo** feminino, com uma predominância de 62% dos respondentes. O grupo de **idade** predominante é de 30 a 34 anos (17,6%) e, agregando mais de uma faixa etária, tem-se que a metade dos usuários, 50,4%, está na faixa entre 25 a 39 anos.

Como já esperado, a maioria das pessoas que frequentam o CIC tem **residência** na capital, Florianópolis, com 81,2% de representação total. Destes, a maior parcela reside em bairros circunvizinhos ao CIC, como Centro (10,3%), Trindade (9,8%) e Itacorubi (8,3%). Há também usuários de bairros mais distantes, como Estreito (5,6%) e Campeche (5,1%).

Quanto a **escolaridade**, a maior parte dos usuários do CIC possui nível de instrução superior, sendo, predominante o ensino superior completo, com 31,6%. Destaca-se que, se for somado o número de pessoas com ensino superior completo, as pessoas cursando pós-graduação e aqueles com pós-graduação completa, o total geral de usuários com formação superior é de 69%.

Quanto à renda individual dos usuários do CIC, a prevalência é de **2 a 5 salários mínimos**, totalizando 34,8%; a maior parte deles **não têm filhos** (59,4%); e a ocupação principal é o serviço público, perfazendo 25% do total dos frequentadores do CIC.

Ainda identificou-se com a pesquisa que a maior concentração dos usuários do CIC, 34,8%, visita o espaço de 3 a 9 vezes por ano; que o Teatro Ademar Rosa, foi indicado por 81% dos respondentes como o espaço mais visitado, demonstrando ser, substancialmente, o espaço mais

popular dentre os frequentadores; e que automóvel é o meio de transporte mais utilizados pelos usuários para ir ao CIC, 64,2%.

Por fim, em relação a identificação do perfil dos usuários, 55,8% das respostas, indicaram que ficam sabendo da programação do CIC através de **amigos**.

Um segundo conjunto de perguntas, buscou identificar o **nível de satisfação dos usuários do CIC**. A análise desses dados indicou que 40,6% está satisfeita com a **sinalização nos arredores** que indicam a localização do CIC, mas chama atenção o fato de 22% estar insatisfeito com esse quesito. Já em relação a **sinalização interna**, 59,2% dos usuários mostrou-se satisfeito ou muito satisfeitos.

A maioria (60,6%) considera que o **estacionamento** oferecido atende suas necessidades bem como 62% respondeu que está satisfeita com o **serviço de bilheteria**; e 79,6% sentem-se **seguras** no CIC; e ainda a proporção de frequentadores satisfeitos com as condições de uso e de **limpeza** dos banheiros do CIC é de 73%.

Embora 56,8% dos usuários tenham manifestado que estão **satisfeitos com a divulgação programação**, chama atenção a parcela de 28,4% dos respondentes que sinalizaram insatisfação com esse quesito. Quanto ao conteúdo da programação do CIC, o tema de maior interesse dentre os frequentadores é a **Música**, com 75% de representação; e de modo geral, 52,4% dos usuários dizem estar **satisfeitos com a programação** oferecida no CIC é de 50,4%. Nesse quesito é importante destacar que 27,8% não se posicionaram, ou seja, indicaram estar nem satisfeito, nem insatisfeitos.

Por fim, numa escala de 0 a 10, a nota 8,0 foi a nota de maior predominância na questão de avaliação geral do CIC.

## **5 – Considerações finais**

Devido à falta de **indicadores culturais** no estado de Santa Catarina e também ao fato de que, em 34 anos de história do CIC, esta investigação foi **pioneira**, pois uma pesquisa de identificação de perfil e satisfação nunca havia sido realizada, existe uma grande **carência e indispensabilidade** em se conhecer e explorar aspectos que podem influenciar bastante as decisões administrativas futuras da FCC com relação ao bom desenvolvimento das **políticas públicas culturais**. Sabe-se da importância da **cultura** como componente de qualidade de vida e

que o acesso à cultura representa um sinal de **desenvolvimento** geral de uma sociedade, contribuindo assim, como indicador de melhorias sociais e econômicas.

Os dados desta pesquisa, que ainda estão sendo analisados e gerados, servirão de **matriz** para outras, pois as respostas obtidas explicam, sim, o que se pretendia conhecer; não obstante, estas respostas fazem surgir também **novas perguntas**. Seria bastante relevante realizar uma pesquisa para descobrir os porquês. Por que não há mais homens frequentando o CIC? Por que a parcela de idosos e adolescentes é tão pequena? O que fazer para atrair os residentes de municípios próximos? Por que “o CIC é intelectualmente elitizado”? Quais estratégias utilizar para atingir o público de baixa renda e com nível de instrução inferior ao verificado?

Os questionamentos são diversos e pode-se prosseguir. Se houvesse um ponto de ônibus em frente ao CIC e se houvesse um bicicletário mais seguro, as pessoas visitariam o CIC com mais frequência? E as pessoas que ainda não frequentam, passariam elas a frequentar? O que fazer para que as pessoas que vêm ao CIC apenas para usufruir dos espetáculos do teatro passem também a visitar os museus, o cinema e a participar das oficinas?

Enfim, muitas das respostas foram dadas por eles, no campo dos comentários do questionário, resta aos gestores públicos, dar ouvidos, realizar as mudanças necessárias e testemunhar os resultados de um amadurecimento institucional que viabilizaria uma gestão pública mais democrática, na qual o Estado e a sociedade interagem para que juntos caminhem na estrada do desenvolvimento rumo a políticas públicas mais efetivas na gestão da cultura.

## **6 – Referências bibliográficas**

BARBETTA, Pedro. **Estatística aplicada às Ciências Sociais**. Ed. da UFSC, 4ª ed. Florianópolis, 2002.

GRAY, David. **Pesquisa no mundo real**. 2ª ed. Porto Alegre: Penso, 2012.

MARTINELL, Alfonso. *Cultura e cidade: uma aliança para o desenvolvimento - a experiência da Espanha*. In: UNESCO (org.). **Políticas culturais para o desenvolvimento: uma base de dados para a cultura**. Brasília: UNESCO Brasil, 2003, p. 93-104.

SAMPAIO, Helena. *A experiência do artesanato solidário*. In: UNESCO (org.). **Políticas culturais para o desenvolvimento: uma base de dados para a cultura**. Brasília: UNESCO Brasil, 2003, p. 43-50.

SILVA, Liliana. **Indicadores para políticas culturais de proximidade: o caso Prêmio Cultura Viva**. Tese (doutorado) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, 2007.