

RELATO DE ESTUDO DE PÚBLICOS NO SETOR COMERCIAL SUL E AS PERCEPÇÕES SOBRE A CAL/UnB

A Report on the Study of Publics in the South
Commercial Sector and the perceptions
about CAL/UnB

Cristina Antonioevna Dunaeva
cristinadunaeva@unb.br
Departamento de Artes Visuais/ UnB

Flávia da Costa Ferreira Mendonça
flaviacfmendonca@gmail.com
Departamento de Sociologia/UnB

Mariana de Sousa Santos
(santosmariana.mmoria@gmail.com)
Departamento de Sociologia/UnB

Rafaella Lassance Lima Costa
rafaella_lassance@hotmail.com
Departamento de Artes Visuais/ UnB

Décio Luiz Monteiro Barros
dercioluizbarros@gmail.com
Departamento de Filosofia /UnB

RESUMO

Este é um relato acerca da aplicação e da análise de questionários para estudo de público no Setor Comercial Sul (SCS), localizado em Brasília, no Distrito Federal. A pesquisa aborda a percepção do público sobre arte, cultura, sobre a Casa da Cultura da América Latina (CAL) da Universidade de Brasília e sobre o Setor Comercial sul com o objetivo de embasar as atividades realizadas na instituição CAL pelo seu programa educativo. O estudo seguiu a metodologia de aplicação de perguntas abertas e fechadas a transeuntes do SCS, equipe de trabalho da CAL, seus visitantes e ao público na *Internet*. Como resultado, aponta uma variação de respostas nas categorias de perfil socioeconômico, sobre a arte e cultura, sobre a CAL e o SCS, e as possi-

bilidades de atuação do educativo na instituição sob a forma de projeto de extensão da Universidade de Brasília.

PALAVRAS-CHAVE: Casa da Cultura da América Latina, Programa Público de Mediação Extrainstitucional, Educativo da CAL, Estudo de Público, Setor Comercial Sul.

ABSTRACT

This is a report on the application and analysis of questionnaires in order to study the populations of the South Commercial Sector (SCS), at Brasília, in Distrito Federal, regarding the public opinions and perceptions about art and culture, about Casa da Cultura da América Latina (CAL) and the South Commercial Sector (SCS), with the objective of supporting the activities conducted in the institution CAL by its educational program. The study used the methodology of open and closed question survey applied on passersby in the SCS, on employees from CAL, and on its physical and Internet visitors. The results points towards a variation on answers in relation to the socioeconomical profile, about art and culture, about CAL and the SCS, and the possibilities of educational performance in this institution by means of an extension Project from the University of Brasília (UnB).

KEYWORDS: Casa da Cultura da América Latina. Public Program of Institutional Extra Mediation. CAL Educational Program, Study of Public, South Commercial Sector.

INTRODUÇÃO

Este relato de experiência trata da pesquisa realizada como ação de extensão do projeto chamado Programa Público de Mediação Extrainstitucional da Universidade de Brasília (PRUMEX/ DEX/ DDC/ Casas de Cultura) com o objetivo de verificar se os frequentadores do Setor Comercial Sul (SCS), localizado em Brasília – Distrito Federal, conhecem a Casa de Cultura da América Latina (CAL) e quais são suas percepções sobre a instituição.

Para tanto, a ação buscou compreender e traçar: o perfil socioeconômico das pessoas que transitam pelo SCS, suas percepções sobre arte, cultura e o próprio espaço da cidade por meio da aplicação de questionários que serviram de base de dados para o PRUMEX desenvolver atividades de mediação nos espaços da CAL e do SCS, tendo em vista que é a primeira vez que a CAL conta com um programa educativo e, portanto, o projeto encontrava-se na sua primeira edição quando foi elaborada a investigação (até então, sem base de dados consolidada).

Assim, percebemos o resultado obtido por meio do estudo de públicos como forma de conhecimento dos locais onde o projeto de extensão atua, das pessoas que transitam e/ou têm o potencial de transitar em tais locais, além da compreensão do projeto em si e o delineamento de suas atividades.

DESCRIÇÃO DO RELATO DE EXPERIÊNCIA

O projeto de extensão Programa Público de Mediação Extrainstitucional (PRUMEX), atua na Casa da Cultura da América Latina (CAL) da Universidade de Brasília (UnB), localizada em Brasília – Distrito Federal (DF), no Setor Comercial Sul (SCS). O PRUMEX é o setor educativo da CAL, conhecido como CALEDUCATIVA. É um projeto recente, visto que iniciou suas atividades em outubro de 2018, contando com quinze alunos bolsistas, e teve duração inicial de seis meses até março do ano seguinte. Após esse período, foi renovado com continuação das atividades em agosto de 2019 contando com oito bolsistas, dentre eles, estudantes que não fizeram parte da primeira edição do projeto.

O perfil dos participantes que já compuseram e/ou compõem o grupo é de estudantes da Universidade de Brasília (UnB) dos cursos de Artes Visuais, Ciências Sociais (Antropologia e Sociologia), Filosofia, Relações Internacionais e Teoria, Crítica e História da Arte.

O questionário elaborado foi aplicado pelos integrantes do grupo por meio de entrevistas presenciais e divulgado via *internet*; recebeu cento e seis respostas, que foram analisadas, mostrando-nos diferentes cenários e percepções sobre as problemáticas pesquisadas. Foram traçados o perfil socioeconômico dos entrevistados e registradas as suas percepções sobre arte e cultura, a CAL e o SCS.

O exame das respostas serviu de subsídio aos participantes do PRUMEX sobre o solo onde estavam trabalhando e como lidar com ele. Nós, alunos e integrantes do projeto, ficamos com a tarefa de descobrir um pouco mais sobre a instituição, seus públicos e, principalmente, sobre os frequentadores do SCS que, em sua ampla maioria, desconhecem a existência da CAL. Como uma das tarefas do educativo é formar públicos, consideramos que os frequentadores do SCS, são públicos em potencial da CAL. Além do mais, pudemos nos inteirar sobre o SCS e as demandas que seus frequentadores anseiam.

Sendo assim, o projeto pode mensurar e planejar suas ações no contato entre o dentro e fora, ou seja, a instituição e o local onde ela e seus frequentadores se encontram. Dessa forma, nós podemos trabalhar como parte da instituição e ter contato com quem a desconhece, e procuramos desenvolver trabalhos a partir desse diálogo.

METODOLOGIA

A composição do questionário de pesquisa é de dezesseis perguntas abertas e dez fechadas, possibilitando-nos diferentes modos de análise de respostas. O total de um pouco mais de cem de respostas (cento e seis) resultou de três situações diferentes de aplicação. Foram elas:

1. Aplicações diretas nas ruas do SCS: totalizando 63 questionários (incluindo funcionários e participantes dos coletivos residentes da CAL);

2. Aplicação durante a abertura das exposições “Não dito” e “Morte do Plano Piloto”, em 13 de fevereiro de 2019: foram aplicados 23 questionários;

3. Aplicação via internet (nas redes sociais e grupos de WhatsApp): somando 20 questionários.

Como material, utilizamos o questionário impresso em papel. Nesse caso, os extensionistas e aplicadores leram as perguntas aos entrevistados anotando suas respostas na folha de papel. Além disso, contamos com a plataforma do *Google Forms* para aplicação dos questionários na *Internet*. Esta plataforma também foi utilizada como ferramenta para a transcrição das entrevistas realizadas nas situações 1 e 2 descritas acima. A escolha deste recurso se deu pela oportunidade de análise posterior dos dados oferecida pela mesma.

Cada entrevista durou, em média, cerca de cinco minutos, onde cada pessoa entrevistada tinha a liberdade de responder apenas às questões que desejava, de tal forma que obtivemos uma quantidade de respostas diferente para cada um dos questionários. Para as pessoas que entrevistamos, oferecemos a opção de assinar os Termos de Cessão de Direito de Uso de Imagem (caso concordassem em serem fotografadas) e de Uso de Informações Coletadas por Questionário (para divulgação das informações em materiais informativos).

As entrevistas realizadas nas ruas do SCS tiveram receptividade menor do que aquelas realizadas na própria CAL, devido aos diferentes contextos temporais e espaciais de aplicação (no caso do SCS, as pessoas estavam em trânsito, indo trabalhar).

Para o exame dos dados, os alunos se organizaram em subgrupos, onde cada equipe analisou e produziu textos e quadros sobre as categorias: perfil socioeconômico; arte e cultura; Casa da Cultura da América Latina e Setor Comercial Sul. Utilizamos os resultados oferecidos pelo *Google Forms* e, também, estabelecemos análises interpretativas das respostas para as questões abertas do questionário. Ao final, produzimos um relatório descritivo do estudo, o apresentamos aos dirigentes da instituição e coletivos residentes da CAL em uma reunião interna, e ouvimos e anotamos os seus *feedbacks* como contribuições ao projeto de extensão.

RESULTADOS

A partir das 106 respostas obtidas com a aplicação dos questionários é possível observar que há uma enorme diversidade de pessoas que frequentam o Setor Comercial Sul. A idade dos respondentes varia desde os menores de 18 anos até os maiores de 60, sendo mais numerosa a faixa de respostas de pessoas que possuem entre 18 e 25 anos.

É possível observar um equilíbrio entre o gênero daqueles que responderam aos questionários, sendo 63 mulheres e 39 homens, ainda que haja um número maior de respondentes mulheres. Já na questão sobre raça/cor, houve um equívoco metodológico das pesquisadoras quanto à formulação do material de pesquisa por não

utilizar de forma adequada a categoria mencionada. Necessitava-se substituir “negro(a)” por “preto(a)” e “pardo(a)”. Sendo assim, é possível observar nos resultados a predominância de pessoas que se auto identificam como brancas, porém é consenso entre membros da CALEDUCATIVA que os dados produzidos não refletem o que se pode observar empiricamente no Setor Comercial Sul, por se tratar de um local de ampla circulação de pessoas.

Desta forma, devido ao erro na formulação da pergunta, as opções disponíveis para as/os entrevistadas/os eram apenas: “Negra, Indígena, Parda, Branca ou Outra”. Como citado anteriormente, estas opções estão equivocadas por separarem o grupo “negro” de seu subgrupo “pardo”, em vez de separar o grupo “negro” nos subgrupos “preto” e “pardo”. Por isso, todos que responderam “Pardo” e todos os que responderam “Negro” foram contabilizados no gráfico como “Preto/Pardo”.

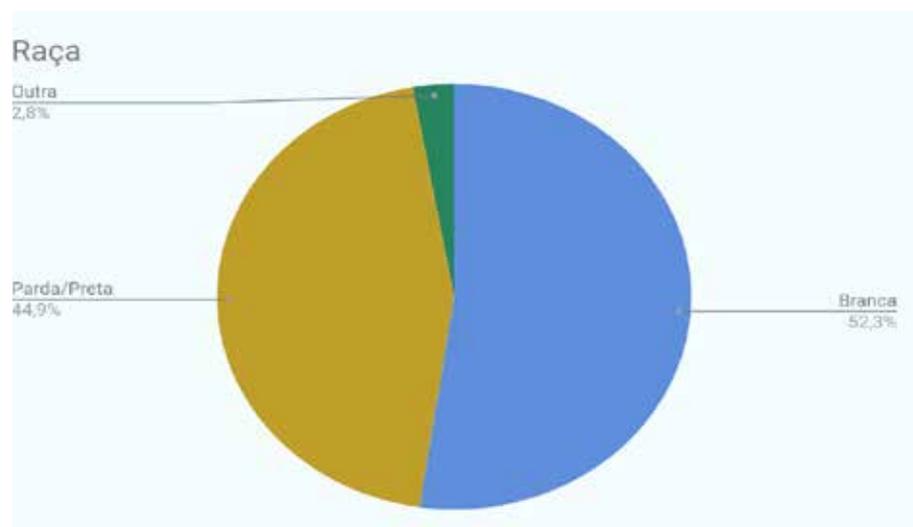


Gráfico 1 – Raça/Cor dos entrevistados (auto identificação)

É relevante comparar o resultado obtido nesta pesquisa com os dados mais

recentes do IBGE sobre a distribuição da população do DF por cor ou raça. Percebe-se que a proporção de brancos encontrada em nossa pesquisa (52,3%) é maior do que a encontrada pelo IBGE (42,2%) nesta UF. Este fato levou alguns de nós à conclusão de que o grupo “Parda/Preta” está sub-representado na pesquisa, que não reflete a realidade que se pode observar no SCS. Uma das explicações sugeridas como razão disto foi o fato de termos aplicado os questionários, dentre outros momentos, em um dia de abertura de exposição na CAL, e, portanto, o resultado ter sido enviesado pela predominância de pessoas brancas no campo artístico. Este comentário, entretanto, não foi consenso entre as pesquisadoras, e algumas observaram que o dia de abertura da exposição em questão não teve este caráter predominantemente branco, ou seja, não teria impactado a pesquisa desta maneira.



Gráfico 2 – População do DF por cor ou raça segundo dados do IBGE de 2010

Já nas perguntas sobre a origem das pessoas entrevistadas, observa-se que depois da região Centro-Oeste, as regiões Nordeste e Sudeste obtiveram maior incidência de respostas e que há, portanto, diversidade de procedência.

Além disto, há uma grande variedade de pessoas que frequentam o Setor ComercialSul que não moram no centro de Brasília. Formulamos a pergunta da seguinte forma: “Mora em qual cidade do DF?”. Aqui também percebemos um equívoco metodológico, pois, apesar de não citada na pergunta, ficou implícita para as/os entrevistadas/os a informação de que também se referia às cidades do Entorno do DF, e várias destas foram citadas nas respostas à questão. Além do mais, pode haver uma redundância nas respostas, já que diferentes pessoas se referem a uma mesma região administrativa por

diferentes nomes (Plano Piloto ou Asa Norte/Sul referindo-se ao mesmo local, p.ex.).

Em relação às profissões, não foi possível obter um gráfico por conta da quantidade de respostas diferentes e que aparecem, geralmente, apenas uma vez, demonstrando a diversidade de formas de obtenção de renda das pessoas que transitam pelo Setor Comercial Sul, o que, possivelmente, pode ser explicada pela diversidade de postos de trabalho encontrados naquele espaço e que se exprime na variedade de lojas e prédios comerciais presentes no local da pesquisa.

Já em relação à classe social, a grande maioria dos respondentes classificam-se como pertencentes à classe média e, em segundo lugar, oriundos da classe baixa, demonstrando que o Setor Comercial Sul é um local de ampla circulação de pessoas de diferentes situações econômicas.

Dando prosseguimento ao questionário, perguntamos aos respondentes: “O que é arte para você ou o que você considera como arte?”. Por ser uma pergunta aberta, houve uma grande diversidade de concepções sobre arte. No entanto, pode-se evidenciar que grande parcela das respostas utilizou os termos “expressão” e “manifestação” para tratar do assunto, sendo a palavra “expressão” uma das mais recorrentes. O termo foi verificado em 26 respostas, enquanto “manifestação” em oito delas. No total, somam-se 101 respostas a esta pergunta.

Abaixo, há a descrição de algumas ideias-chave que apareceram com maior recorrência. No âmbito das respostas, elas não são necessariamente excludentes e por vezes se interceptam:

1) Arte como qualquer coisa bela/bonita aos olhos que transmite uma mensagem.

Quatro respondentes entendem a arte como relacionada ao belo/bonito, onde em apenas um dos casos a arte se bastaria somente em ser bela, enquanto nos outros ela é entendida como algo que além de bonito mexe de alguma forma conosco (faz refletir).

2) Arte como um tipo de manifestação/expressão. Contando com um total de 34 aparições nas respostas, as palavras “manifestação” e “expressão” foram usadas em definições muito similares, onde em pelo menos 27 respostas, as palavras manifestação/expressão estão associadas a sentimentos e à cultura das pessoas, e também às provocações e percepções que geram reflexão e conexão com o subjetivo. Outras 16 respostas apresentam a ideia de que a arte é qualquer tipo de expressão, manifestação ou produção do ser humano. 18 respostas ligam diretamente a produção de arte a formas de expressão de algum sentimento.

3) “**Tudo é arte**”. A definição de que “tudo é arte” apareceu em oito respostas diferentes.

E, em 24 casos, as pessoas vincularam arte a algum tipo de expressão artística, citando teatro, dança, música, pintura e grafite.

4) **Não souberam responder**: 4 respostas obtidas.

A pergunta 10 do questionário, se a/o entrevistada/o teria algum tipo de arte que mais gosta, recebeu 103 respostas no total, onde 42 pessoas mencionaram apenas um tipo de expressão artística, enquanto o restante optou por mais de um tipo na descrição de sua resposta.

Em seguida, fizemos a seguinte pergunta aos respondentes: “O que é cultura para você ou o que você considera como parte da cultura?”. Apesar de variações nas 97 respostas a esta pergunta, o foco delas está majoritariamente na ligação de cultura com algo tradicional, habitual e de personalidade de povos, que perpassa desde comidas e crença à língua, música, vestimenta e etc. A cultura também foi associada a manifestações artísticas de povos e como uma forma de ligação e relação entre as pessoas.

A pergunta 12, sobre se as/os entrevistadas/os já haviam visitado algum museu ou centro cultural, resultou na realização do gráfico abaixo, que ilustra o percentual das 106 respostas obtidas entre aqueles que já visitaram ou não algum museu ou centro cultural.

Pergunta 12: Já visitou algum museu ou centro cultural?

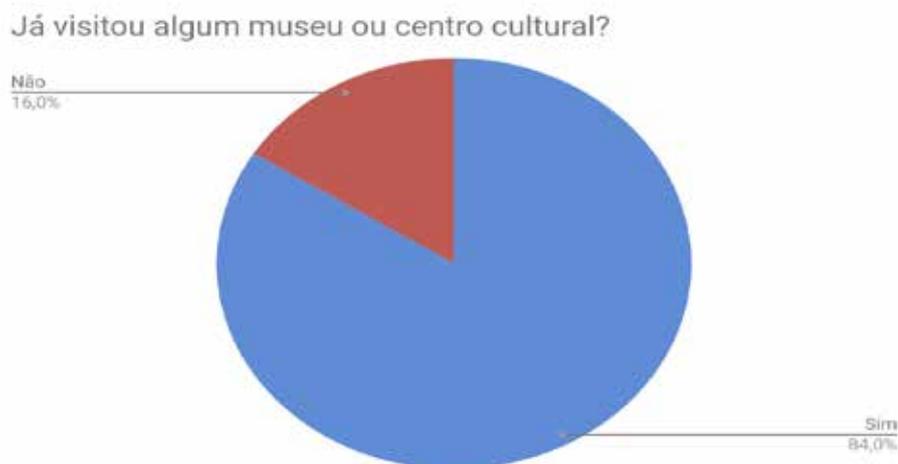


Gráfico 3 – Porcentagem de entrevistados que já visitou museu ou centro cultural

Ao perguntar para as pessoas se elas conhecem a CAL, 58,1% dizem conhecer, enquanto 41,3% não conhecem. Ao todo, foram 104 respostas registradas a essa pergunta. Em seguida, mostramos que somente 37% das pessoas entrevistadas já visitaram a CAL. O conhecimento da instituição por 58,1% dos respondentes deve-se, possivelmente, às situações nas quais os questionários foram aplicados (entrevistas com frequentadoras/es da CAL, funcionários e durante a abertura da exposição). Podemos deduzir que saber da existência da CAL não significa ter visitado ou frequentar o espaço. Ainda que para esta questão a resposta permitida pelo questionário seja “sim” ou “não”, algumas/ns entrevistadas/os descreveram motivos do desconhecimento ou explicações para tanto:

5) **Caracterização do espaço:** algumas/ns entrevistadas/os relataram que o espaço não é convidativo, e outras/os que sabem da existência da CAL, mas não a visitaram, acreditam que o espaço é destinado apenas a estudantes da UnB.

6) **Desconhecimento do prédio:** uma das questões apontadas para o desconhecimento da CAL é a falta de informação/divulgação sobre o espaço. Algumas pessoas entrevistadas não sabiam da existência da instituição e de suas galerias, entretanto, mostraram-se felizes com a descoberta.

Passando às perguntas sobre o Setor Comercial Sul, local em que se encontra a CAL, pudemos observar que as respostas para as questões sobre frequência e motivo da visita ao SCS têm correlação direta, o que nos leva a supor que por lá transitam pessoas dos mais diversos perfis, algumas frequentadoras assíduas, outras chegando lá pela primeira vez; algumas a trabalho, outras por lazer. Duas pessoas disseram frequentar o Setor Comercial Sul por conta do curso de línguas da UnB, localizado no prédio da Casa de Cultura da América Latina (CAL), o UnB Idiomas. Outros motivos listados por entrevistadas/os foram: idas ao hospital localizado nos arredores do SCS, compras e passeio no SCS, clientes de bancos com agências localizadas no SCS, visita ao SCS em razão de convite da/o artista com exposição lotada no prédio da CAL e, por fim, uma pessoa que disse frequentar o SCS para evangelizar.

Pergunta 16 - Já visitou a CAL?



Gráfico 4: Porcentagem dos entrevistados que já visitou a CAL

Pergunta 21 - Por qual motivo você frequenta o Setor Comercial Sul?

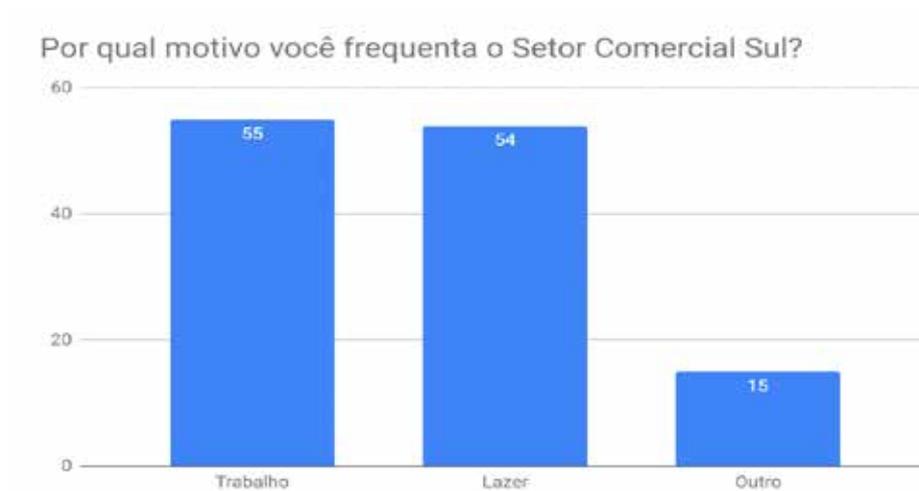


Gráfico 5 - Motivos pelos quais os entrevistados visitam o SCS

Sobre a quantidade de tempo que as/os entrevistadas/os dizem passar no SCS, de um total de 92 respostas quantificáveis, mais da metade disse frequentá-lo de 1 a 5 anos; 13 há menos de 1 ano; e 29 há mais de 5 anos. Chama a atenção que algumas/ns entrevistadas/os responderam genericamente que faz muito tempo (“desde criança”).

Em seguida, perguntamos às/aos respondentes sobre o que mais gostavam no SCS. Há uma variedade de pontos que aparecem em relação aos motivos para gostar do Setor Comercial Sul. De um modo geral, é possível separar em categorias-base, como:

- Eventos/Festas/Bares;
- Movimentação, clima de centro-urbano, cidade mais viva;
- O espaço, a arquitetura, os prédios;
- Diversidade (de pessoas e coisas);
- Restaurantes;
- Arte, fotografia, pintura, grafites, arte de rua;
- Logística do espaço, proximidade, shopping, estabelecimentos.

Nesse ponto, o que chama a atenção é que as motivações estão diretamente relacionadas às percepções individuais de espaço, que conseguimos identificar em cinco grandes categorias: i) movimentação noturna do espaço, relacionada diretamente aos eventos, festas e bares; ii) a identidade do Setor Comercial Sul como um centro urbano, com bastante movimentação e característica de “cidade mais viva” e marcada pela diversidade; iii) em relação ao espaço em si: a arquitetura, as ruas, os prédios; iv) a praticidade do ambiente: os estabelecimentos, shoppings, restaurantes, ambiente de trabalho; v) e as questões mais voltadas às percepções artísticas, ou seja, para apreciação das pichações, grafites, arte de rua, artesanato e etc.

Por fim, sobre os pontos que podem ser melhorados no SCS, obtivemos 88 respostas a esta pergunta, abrangendo 11 temas. Em ordem alfabética, temos:

- Acessibilidade;
- Condições de trabalho dos ambulantes;
- Estacionamentos;
- Infraestrutura;
- Maior circulação de pessoas;
- Eventos culturais;
- Mais opções de lazer;

- Mais pichações e grafites;
- População de rua;
- Segurança;
- Trânsito.

Chama atenção a forma como alguns destes temas foram levantados. A questão da infraestrutura do SCS foi citada várias vezes de maneira genérica; porém, algumas entrevistadas citaram especificamente as seguintes questões: limpeza, ocupação do espaço (de maneira geral, organização espacial do SCS), praças (quantidade e manutenção das que já existem), iluminação e banheiros públicos. A questão da iluminação apareceu sempre vinculada ao tema da segurança, que foi de longe o mais citado. Entretanto, pela forma como algumas respostas que citam a população em situação de rua do SCS se referem a ela, parece forte a vinculação feita entre estes dois temas: segurança e população em situação de rua. Algumas das entrevistadas se referiram às pessoas em situação de rua no SCS como um problema em si; enquanto outras se referiram a estas como pessoas que deveriam receber algum tipo de atenção do governo por meio de políticas públicas ou ações sociais de amparo; e algumas poucas entrevistadas chegaram mesmo a se preocupar com a capacidade de integração das pessoas em situação de rua nos eventos culturais do SCS, para que elas não sejam excluídas e marginalizadas. Quanto às respostas que citam os eventos culturais, a maior parte delas demonstra o desejo de que hajam mais eventos desse tipo, mas chama a atenção em uma das respostas à reclamação do alto preço dos ingressos e das bebidas nestes espaços.

CONCLUSÃO

Os dados coletados se mostram pertinentes ao desenvolvimento das ações propostas pela CALEDUCATIVA e nos trazem importantes reflexões sobre a elaboração de nossas futuras atividades de mediação e pesquisa na Casa da Cultura da América Latina e no Setor Comercial Sul.

Com estes dados, podem ser sugeridas, pensadas e realizadas várias ações, tanto para o educativo, quanto para a própria CAL, buscando atrair, ampliar e cativar os públicos potenciais da instituição, bem como melhorar o acesso à CAL (identificação da instituição externa e internamente com sinalização que indique a existência de atividades expositivas e outras programações no edifício; tornar o espaço mais receptivo e confortável; garantir acessibilidade física e informacional; dentre outros).

Após a finalização do relatório, o mesmo foi apresentado a parte da equipe de servidores da instituição e integrantes dos coletivos residentes na Casa como comunicação dos resultados, com o objetivo de diálogo e construção conjunta de medidas que busquem aprimorar as atividades desenvolvidas pelos projetos e pela instituição.

Entendemos o estudo realizado como medida necessária para a primeira edição do projeto de extensão na compreensão da CAL, do SCS e do PRUMEX, pela sua recente história extrainstitucional. Atuantes no projeto, pudemos ultrapassar algumas de nossas percepções iniciais acerca dos espaços pesquisados e, de fato, averiguar o que foi apontado pelos dados. Assim, utilizamos os nossos conhecimentos aprendidos na UnB como exercício de ação e extrapolamos os muros da universidade. Como medida prática, o projeto optou por realizar visitas mediadas pelo educativo às exposições com residência na CAL por meio de agendamento prévio, e procura ainda outras formas de estabelecer o contato com possíveis públicos da Casa, que poderá ser efetivado em edições futuras do projeto de extensão.

A aplicação dos questionários e posterior elaboração do relatório nos permitiu notar a necessidade de aperfeiçoamento do aspecto metodológico em nossas futuras pesquisas. Também por meio da apresentação do relatório à equipe da CAL, foi-nos sugerido analisar os dados coletados separando cada um dos cenários de aplicação dos questionários, para assim obter melhor visualização dos resultados obtidos. Desta forma, estas observações se colocam como sugestões para estudos futuros como forma de aprimorar as pesquisas sobre espaços da cidade pouco estudados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. IBGE – Censo Demográfico. (Instituto Brasileiro de Pesquisa e Estatística). Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/Tabela/3175>>. Acesso em: 09 abr. 2019.

DIA ART. Komar & Melamid: the most wanted paintings on the web. Disponível em: <<http://awp.diaart.org/km/index.html>>. Acesso em: 09 abr. 2019.

FÓRUM PERMANENTE. Komar & Melamid e a Internacionalização do [Mau] Gosto. Disponível em: <<http://www.forumpermanente.org/rede/numero/rev-numero2/guy-2>>. Acesso em: 02 abr. 2019.