

# ESTUDANTES, VISITANTES E TURISTAS NO MUSEU DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA DA PUCRS

## ESTUDIANTES, VISITANTES Y TURISTAS EN EL MUSEO DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍA DE LA PUCRS

**Cíntia Elisa Dhein \***

**Oscarlinda Nunes Krüger \*\***

**Rolando Riquelme \*\*\***

### *Resumo*

Quando se pensa em turismo, nos dados estatísticos, nos produtos turísticos ou na evolução do turismo ao longo do tempo, percebe-se a possibilidade de se estabelecer uma relação entre o fenômeno turístico e as visitas a museus. O escopo deste estudo são os museus científicos e tecnológicos; neste caso específico, o Museu de Ciências e Tecnologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – MCT-PUCRS. Considerou-se que o primeiro objetivo seria determinar o perfil do visitante/turista do MCT-PUCRS, através de perguntas que identificassem seu grau de escolaridade, sua procedência, sua condição econômica, alguns hábitos de viagem e possíveis motivações para sua visita a esta instituição museal. Para isso, elaborou-se um questionário com 21 perguntas fechadas e duas abertas, aplicadas durante um espaço de três meses, com um total de 384 entrevistados representantes do grupo, que se denominou como visitante/turista, excluindo-se assim, o público acadêmico por excelência. Para tanto, este estudo apoiou-se em conceitos turísticos como: tipologia do turista, atratividade turística, pós-turismo, demanda turística e comunicação e *marketing*. Buscou-se também traçar-se um paralelo entre a evolução do turismo e a formatação dos papéis assumidos pela museologia por meio da história, como uma resposta às necessidades de uma sociedade dinâmica.

\* Professora do Curso Superior em Turismo da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS. Mestre em Turismo. Bacharela em Turismo. Licenciada em Ciências Sociais.  
✉ cintia.dhein@pucrs.br

\*\* Tecnólogo em Gestão de Turismo pela PUCRS.  
✉ oscarlinda.kruger@gmail.com

\*\*\* Tecnólogo em Gestão de Turismo pela PUCRS.  
✉ rolvez@yahoo.com

*Palavras-chave:* Perfil do Turista. Museus. Atratividade turística. Pós-turismo.

### *Resumen*

Cuando se piensa en turismo, en los datos estadísticos, en los productos turísticos o en su evolución a lo largo del tiempo, se percibe la posibilidad de establecer una relación entre el fenómeno turístico y las visitas a museos. El objetivo de este trabajo son los museos científicos y tecnológicos, en este caso, el Museo de Ciencias y Tecnología de la Pontificia Universidad Católica do Rio Grande do Sul. Se consideró como primer objetivo determinar el perfil del visitante/turista del MCT-PUCRS, a través de preguntas que identificasen su grado de escolaridad, procedencia, condición económica, algunos hábitos de viaje y sus posibles motivaciones para su visita al museo. Para eso, se elaboró un cuestionario con 21 preguntas cerradas y dos abiertas, aplicadas en periodo de tres meses, con un total de 384 entrevistados representantes del grupo que se denominó como visitante/turista, excluyendo así al público académico por excelencia. Para tanto, este estudio se apoyó en conceptos turísticos como: tipología de los turistas, post turismo, demanda turística, comunicación y marketing. Se buscó, también trazar un paralelo entre la evolución del turismo y la estructuración de los papeles asumidos por la museología a través de la historia, como una respuesta a las necesidades de una sociedad dinámica.

*Palabras Clave:* Perfil de turistas, museos, atractivo turístico, post-turismo.

## **1 Introdução**

A proposta do projeto de pesquisa junto ao Museu de Ciências e Tecnologia da Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – MCT-PUCRS –, situado na cidade de Porto Alegre/RS, surgiu no ano de 2011, no Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo da PUCRS. Num primeiro momento, elaborou-se um questionário com 28 perguntas fechadas e quatro abertas, aplicadas ao longo de dez dias, totalizando 242 entrevistas aplicadas por um grupo aproximado de trinta estudantes. O objetivo inicial da pesquisa foi de verificar o perfil

dos visitantes do MCT-PUCRS, bem como a imagem que os mesmos possuem dessa instituição museal. O fato de os questionários terem sido aplicados unicamente em dias comerciais, durante o período letivo, mostrou que, do público entrevistado, 63% era formado por estudantes da Educação Básica e professores. Sobrava, no entanto, um percentual significativo de um público não necessariamente acadêmico. A Coordenadoria Educacional do museu apresentou seus dados de controle anual referente a 2011, mostrando que haviam sido registradas 50.000 visitas de um público que não fazia parte do universo escolar.

No ano de 2012, amparados pela disciplina de Estágio Obrigatório Supervisionado, percebeu-se a oportunidade de uma pesquisa focada nesse público, que poderia ser identificado como o visitante/turista do referido museu. Para melhor classificação deste público, julgou-se necessário diferenciá-lo em três categorias: morador, excursionista e turista. Os moradores seriam os visitantes residentes na cidade de Porto Alegre, e no que se denomina Grande Porto Alegre, que estivessem realizando sua visita sem objetivos especificamente acadêmicos. Os excursionistas seriam o público composto por indivíduos que passariam apenas um dia na cidade, sem pernoitarem, conforme definição oficial dos estudos turísticos. Finalmente, a categoria turista seria composta pelos indivíduos que se hospedariam na cidade por um ou mais dias (BENI, 2001).

Como instrumento de coleta de dados, os autores elaboraram um questionário com 21 perguntas fechadas e duas abertas; o número de questões poderia oscilar de 16 a 23, dependendo da procedência do visitante, dos locais percorridos dentro do museu ou das atividades realizadas na cidade de Porto Alegre, entre outras variáveis. Aos turistas e excursionistas, por exemplo, eram perguntados dados referentes à viagem que estavam realizando e quais os pontos turísticos visitados ou que tencionavam visitar em sua estada, perguntas que eram omitidas aos moradores de Porto Alegre. As primeiras perguntas do questionário já definiam a procedência do visitante, caracterizando-o como morador, turista ou excursionista. Como critério na escolha do entrevistado, buscaram-se indivíduos que não se faziam acompanhar por grupos escolares, o que era mais visível aos finais de semana, principalmente aos domingos.

Este trabalho teve a duração de seis meses, entre a confecção do questionário, a aplicação de pré-teste, definição da amostragem, o levantamento e cruzamento dos dados e a apresentação dos resultados para a equipe coordenadora do MCT-PUCRS. No texto que segue, será apresentado um breve histórico das

mudanças ocorridas nos museus ao longo do tempo, a metodologia utilizada para o trabalho e os resultados obtidos com o cruzamento de dados.

## 2 Diversidade de olhares – o museu como atrativo turístico

Segundo os índices do Ministério do Turismo, a atividade turística no Brasil cresce aproximadamente 4% ao ano e, no mundo em geral, apesar do arrefecimento provocado pela crise econômica, de 3% a 4% (TURISMO, 2012). O MCT-PUCRS tem, entre outras, a missão de “alfabetizar seu público cientificamente” (BERTOLETTI, 2008), e é este o espaço mais representativo da cidade de Porto Alegre quanto à divulgação do conhecimento científico e tecnológico, inclusive devido ao fato de estar inserido em um empreendimento universitário do porte da PUCRS e de um Parque Científico e Tecnológico como o TECNO-PUC. O MCT apresenta aproximadamente 700 experimentos, distribuídos em áreas do conhecimento como Física, Matemática, Química, Paleontologia, Antropologia, entre outras. Seu grande diferencial, em relação a outros museus ou a outros atrativos da cidade de Porto Alegre, é sua interatividade, aspecto mencionado pela maioria de seus entrevistados na pesquisa realizada em 2011 (59% dos entrevistados). Esse aspecto fortifica as novas tendências inovadoras de museus, nas quais estes assumem aspectos relevantes na formação do conhecimento, não se limitando apenas a catalogar, expor e armazenar material científico, mas permitindo o manuseio dos experimentos e a participação ativa dos visitantes.

Essa dinâmica de apropriação do saber, a apresentação do seu material científico e o espaço físico onde está inserido<sup>1</sup>, entre outros aspectos, faz desta instituição museológica, segundo o Guia Quatro Rodas (Viaje Aqui, 2013), o único atrativo cinco estrelas do estado do Rio Grande do Sul. É o primeiro e mais importante atrativo turístico, entre 72 outros analisados, da cidade de Porto Alegre, segundo dados do TRIPADVISOR, 2012, que é um dos maiores sites de viagens do mundo. Este site compila as avaliações e observações de seus usuários e classificou o MCT-PUCRS como o lugar número um em atrações desta cidade, outorgando-lhe o Certificado de Excelência 2012, devido às ótimas avaliações registradas.

O MCT da PUCRS, além de captar recursos governamentais, particulares e estrangeiros, mediante parcerias e concorrência pública, cobra ingresso de seus visitantes, e isso é feito de forma diferenciada, de acordo com a legislação brasileira vigente. Sabe-se, no entanto, que a maioria dos museus brasileiros

<sup>1</sup> O museu ocupa uma área total de 22.000m<sup>2</sup>, divididos em cinco pavimentos e dois mezaninos, considerando-se seus laboratórios e secretarias.

é deficitária e não obtém recursos suficientes para se autogerirem; isso acontece independentemente do tipo de museu de que se estiver tratando: museus de artes, antropológicos, de história etc. Normalmente essas instituições são subvencionadas por órgãos públicos, como universidades, associações de amigos ou entidades particulares que apoiam projetos culturais, estimulados por leis de incentivos fiscais (MASON, 2004).

Muitas instituições museais do mundo inteiro buscam soluções para esse tipo de problema. O Reino Unido, por exemplo, possui o Ministério da Cultura, Mídia e Esporte, responsável, inclusive, pelos jogos de loteria, que disponibilizam verbas para museus e financiam muitos desses empreendimentos (MASON, 2004). O papel dos museus no Reino Unido é de fundamental importância para o turismo, pois representam um grande atrativo: “cabe lembrar que quatro das cinco maiores atrações turísticas deste país são museus” (MUSEUS- IBRAM, 2011, p. 26).

Dentro da visão de museu como atrativo turístico, podem-se também mencionar museus científicos, como o Deutsche Museum, na Alemanha, com aproximadamente 1,5 milhões de visitantes por ano; ou o Museu Nacional de Antropologia do México, com uma capacidade de captação de visitantes na casa de 1,6 milhões (DEUSCHETS MUSEUM, 2012). Cada país possui sua maneira própria de gestão e legislação interna, no que se refere aos museus e à cultura, de modo geral. Os museus interativos preenchem as necessidades da curiosidade científica, tecnológica e pedagógica das pessoas, o aprender fazendo, tocando, cheirando.

No entanto, museu também pode ser um local divertido, um local de lazer, como os Museus da Criança, nos Estados Unidos e/ou nos países da Europa. No Canadá, a lei enquadra museu na categoria de estabelecimento de diversão (BARRETO, 1993), o que amplia ainda mais as possibilidades dos papéis assumidos pelos museus. Pensando-se no valor desta instituição como espaço de conhecimento humano e de atratividade, faz-se necessário verificar suas mudanças ao longo da história.

### **3 Breve história dos museus: da mitologia ao pós-turismo**

Parece necessário pensar-se na historiografia dos museus e nos diferentes significados que adquiriram ao longo do tempo. O museu surge como um ambiente fechado, com origem na coleção e na propriedade. Muitos dos objetos expostos

possuíam função utilitária, religiosa ou profana, como o ocorrido nos templos da antiguidade ou nas grutas rupestres que serviam de santuários para oferendas e doações (GIRAUDY, 1990). No entanto, a origem do termo museu é baseada na mitologia Grega, em que as Musas representavam uma força divina com capacidade de tornar presente os fatos passados, representando a própria memória humana, neste caso, ligada às artes, mais especificamente ao canto (SCHEINER, 2008). Esses seres mitológicos não possuíam um local específico de morada: habitavam florestas e podiam ser encontradas em qualquer local, desde que mencionadas, chamadas.

Dentro desta perspectiva poética e histórica, de estreita relação entre homem e consciência de seu próprio mundo, questiona-se como, com o passar dos tempos, o termo “mausoléu” é que se tornou o conceito representante desse espaço. Como pôde essa instituição se afastar tanto de seu caráter de significação criativa e comunitária inicial? Segundo Barretto, as coleções surgidas tanto no Oriente (Século X) como no Ocidente (Século XVI) “foram criadas pelas classes dirigentes: clero, burguesia, aristocracia, de acordo com seus padrões estéticos, ideologia e necessidades”, tornando os museus, nesse momento, os guardiões dos tesouros da classe dominante (BARRETTO, 2007, p. 142). A Europa da Idade Média recolhe e conserva o espólio das Cruzadas; já os humanistas criam Os Gabinetes de Curiosidades, ou Câmara das Maravilhas. Delineou-se nesse período histórico a divisão entre o museu de belas artes e o museu de história natural (GIRAUDY, 1990, p. 23).

Os museus modernos só seriam criados no século XVII, a partir de doações particulares, como é o caso da doação feita por Grimani à cidade de Veneza; ou da coleção de John Tradescant, feita por Elias Ashmole, à Universidade de Oxford, conhecido como Ashmolean Museum (História dos Museus, 2012). O primeiro museu público a ser criado foi o do Louvre, na França, pelo Governo Revolucionário, em 1793. A coleção deste museu foi consequência da estatização de propriedades do clero e da realeza francesa; tinha um caráter cultural e recreativo, e a população podia entrar sem pagar, o que representou uma verdadeira inovação para a época (BARRETTO, 2007). Com a decadência do poder econômico da nobreza, e do clero de modo geral, em todo o mundo no século XIX, surgem os museus mais importantes a partir de coleções particulares doadas ou estatizadas, como o Museu do Prado, na Espanha, e o do Mauritshuis, na Holanda. No Brasil, o primeiro museu a ser criado é o Museu do Instituto Arqueológico Histórico e Geográfico Pernambucano, em 1862 (HISTÓRIA DOS MUSEUS, 2012).

Como se pode perceber, o museu surge representando a cultura dos mais poderosos, suas vitórias e preferências estéticas, distanciando-se da maioria da população. A antropologia havia se apoderado do testemunho da história da humanidade e “salvaguardado” seus vestígios nos museus. Dessa forma, agiu muitas vezes de modo criminoso em sítios arqueológicos, quase destruindo o patrimônio cultural de outras civilizações e etnias. Com a ajuda de estudiosos, como George Henri Rivière e Hugues de Varine-Bohan, com questionamentos sobre o papel, a apresentação e a localização dos museus, surgiram novas concepções que originaram, entre outras, a criação do ICOM (Conselho Internacional de Museus), em 1946. Sediada em Paris, esta organização pautava uma nova linha filosófica de atuação e de comprometimento dos museus no cenário social, bem como de exigências às estruturas organizacionais dos mesmos (BARRETTO, 2007).

Criaram-se novas possibilidades das ações nos museus e novas técnicas de exposições. O conceito de interatividade, participação e “educação para ver” é fundamentado na década de 1970. Permite que o público se familiarize com as técnicas dos artistas, seus instrumentos de trabalho, toquem nas telas, executem trabalhos manuais e discutam a respeito das obras em exposições. Os museus de ciência assumem novo comportamento, pois seus visitantes podem manipular os materiais expostos e participar das experimentações (VALENTE, 2007).

Assim como os museus passaram por transformações na década de 1970, o turismo também começou a se esboçar de modo diferente após esse período. O turismo pós-guerra e o de massa deixaram duras recordações para as populações autóctones, o que despertou o interesse de alguns pesquisadores. Em 1974, na Cidade do México, um grupo de antropólogos discutiu os impactos do turismo nas sociedades receptoras, definindo assim o “primeiro pilar que legitimaria o estudo do turismo como um novo tópico disciplinar” (SANTANA, 2009, p. 19). Ampliaram-se desta forma os objetos de estudos turísticos e surgiram questões, como os efeitos negativos do turismo nas sociedades. Por outro lado, questões referentes a aculturação, conservação e recuperação dos patrimônios culturais tornaram-se objetos desses estudos.

Molina (2003) divide o turismo em três fases: o Pré-turismo com o Grand Tour; O turismo industrial, que se subdivide em industrial primitivo, industrial maduro e turismo pós-industrial; e, por último, o Pós-turismo, que apresenta um novo paradigma, pautado na alta tecnologia e na informação como recurso estratégico. Criaram-se atrativos turísticos artificiais com grande capacidade de

captação de público: Las Vegas e os Parques temáticos, por exemplo (MOLINA, 2003). Para Santana (2009), a modernização da sociedade promoveu um incremento na diversidade turística, na oferta de produtos, nos tipos de turistas e nas formas de turismo.

Os museus, dependendo de sua museografia e museologia, podem ser representantes do Pós-turismo e do Turismo Cultural. O desafio destas instituições neste momento é o de manterem seus papéis de estudiosos e “preservadores do patrimônio cultural, material e imaterial, ao mesmo tempo em que enfrenta questões e relações criadas na atualidade pela ciência e tecnologia, que transformam em ritmo acelerado o ambiente da sociedade” (VALENTE, 2007). Não podemos deixar de pensar que os museus são parte fundamental do patrimônio histórico e cultural da humanidade e, portanto, objetos de atratividade de visitantes.

Os museus do século XX passaram a ser vinculados aos centros de ciência e cultura técnica e industrial, oferecendo exposições temporárias para manterem-se atualizados e não sucumbirem à imutabilidade das exposições permanentes. Dessa maneira, buscam constantemente o chamamento de seu público frequentador e de possíveis novos interessados. Estamos na era tecnologia, da nanotecnologia, das descobertas espaciais e, assim, os museus buscam sua renovação com a aplicação de recurso midiático e visual para acompanhar a evolução humana e científica. Atualmente, podem-se visitar museus virtualmente, entrando em seus sites e passando por suas galerias. Podem-se baixar programas, dirigidos e formatados por planetários virtuais, como os disponibilizados pelo site <http://www.cctecaplanetario.blogspot.com.br/>, com o uso de softwares livres. Com esses recursos, é possível observar-se pela tela do computador a abóboda celeste, as variadas constelações ou se desenhar um mapa astronômico, por pura diversão (LARA FILHO, 2006).

Como serão os próximos museus, que temas abordarão e que coleções poderão apresentar para que seu público se reconheça e se ressignifique? Como este novo e tecnológico museu deve se comportar para exercer seu papel social? Conforme muitos estudiosos de museologia afirmam, este novo museu não é mais um depositário de coleções, mas antes de tudo, deve representar um fórum comunitário, apresentando a linguagem das artes, das ciências, da cultura, da etnologia e das técnicas, sem esquecer que todo esse conhecimento foi criado pelo próprio homem e a este deve retornar, exercendo seu papel conscientizador, questionador e – por que não? – turístico (MASON, 2004).



#### 4 Resultados da pesquisa

Dos 384 questionários aplicados, pôde-se verificar que 30% do público foi constituído por moradores de Porto Alegre, 38% eram excursionistas e 32% representavam especificamente o turista, pois permaneciam na cidade por uma ou mais noites, hospedando-se em casa de parentes, amigos ou em hotéis, e pretendiam visitar algum outro ponto turístico da cidade ou arredores. A faixa etária dos entrevistados foi variada, mas o maior percentual (32%) ficou entre pessoas de 31 a 40 anos.

O nível de escolaridade prevalecte, entre o público considerado turista, especificamente, foi o de pessoas com curso superior completo ou em andamento, com 74% do público entrevistado, e 14% com especialização, mestrado ou doutorado. Concernente à renda familiar, os turistas exibem alta renda em relação aos outros dois grupos: moradores e excursionistas. Conforme mostra a figura 1, aqueles que recebem acima de oito salários mínimos são, em primeiro lugar, os turistas (51,2%), seguidos pelos moradores (39,1%) e os excursionistas (31,5%).

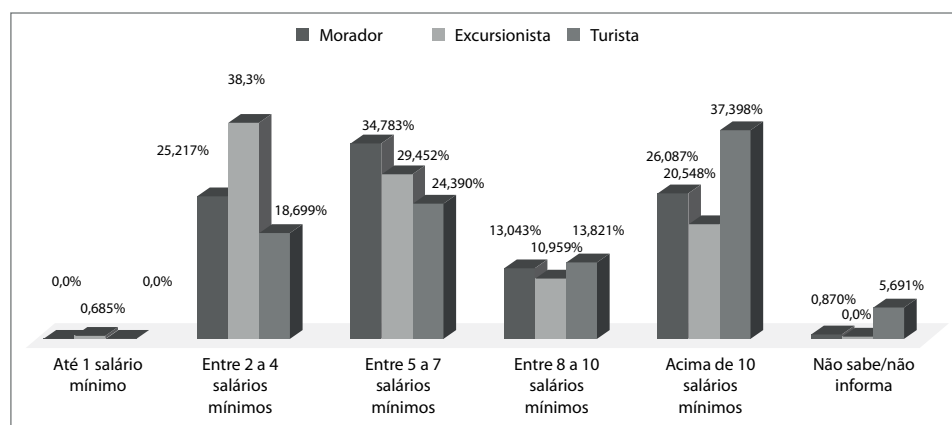


Figura 1 – Renda familiar dos visitantes

Fonte: Os autores (2012)

Os principais emissores de excursionistas são a Grande Porto Alegre (55,5%) e o interior do estado (38,4%), mas encontra-se um percentual significativo de excursionistas vindos do Paraná e de Santa Catarina (0,6%), ou mesmo da região Sudeste (0,1%) considerando-se a distância dessas localidades. Quanto à procedência dos turistas, a principal região emissora é o próprio estado do Rio Grande do Sul, com 29%, seguido pela região Sudeste, com 27%. As regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste somaram 21%. Os estados do Paraná e Santa Catarina representam 16%% dos turistas/visitantes do MCT-PUCRS.

Vindos do exterior, como Estados Unidos, Argentina e Alemanha, computaram-se 0,7% dos visitantes.

#### 4.1 *Motivos de os turistas visitarem Porto Alegre*

Os turistas que visitam Porto Alegre o fazem principalmente por motivos de lazer e turismo (45%), seguidos por motivações de caráter social, como visitar parentes e amigos (22%) e, em terceiro lugar, para participar de eventos, como shows musicais, congressos, atividades empresariais ou assistir a uma partida de futebol (12%). A categoria “outros” está constituída por pessoas que vieram a Porto Alegre para participar de um concurso público ou uma competição esportiva.

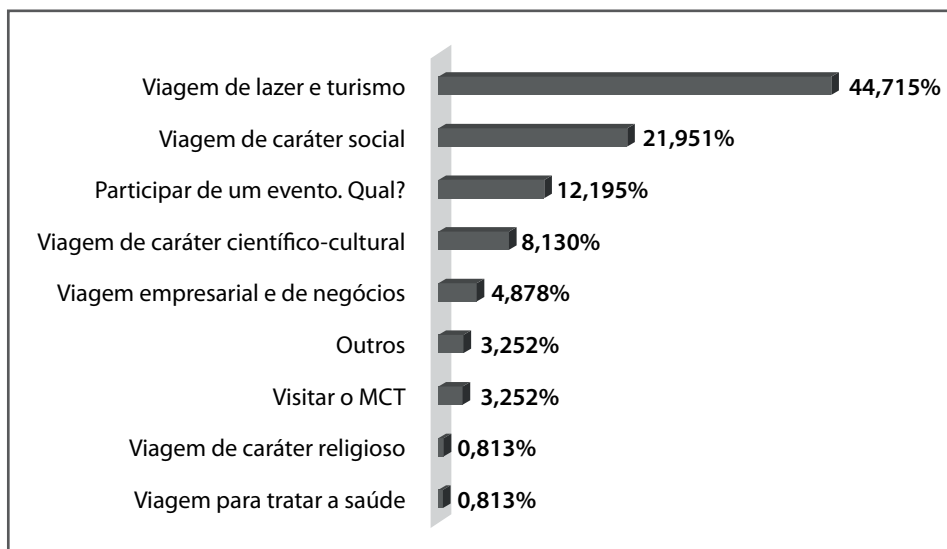


Figura 2 – Motivo da visita dos turistas a Porto Alegre

Fonte: Os autores (2012)

Os excursionistas, por outro lado, têm como principal motivação visitar o MCT (66%), seguida por viagens de lazer e turismo (20%). Quanto à cidade de residência dos excursionistas atraídos pelo MCT-PUCRS, estes provêm principalmente da Grande Porto Alegre (58%) e do interior do estado (33%). Porém, foram encontrados grupos de excursionistas do estado de Santa Catarina, como da cidade de Joinville, distante, aproximadamente, 600 quilômetros de Porto Alegre, cujo objetivo principal da viagem era a visita ao MCT-PUCRS.

Em relação ao acompanhante, tanto os turistas como os excursionistas que visitam o Museu vêm, majoritariamente, acompanhados do grupo familiar (61%),

seguido por grupos de amigos (14%). No caso dos turistas, especificamente, 18% viajam sozinhos. A maioria dos turistas que visita o MCT–PUCRS permanece em Porto Alegre de dois a três dias (48%), e o meio de hospedagem mais utilizado em Porto Alegre é o hotel (60,2%), seguido por casa de amigos e parentes (30,9%). Os pontos turísticos mais visitados são: parques (25%), museus (25%), Orla do Guaíba (24%) e o Centro da cidade, incluindo o Mercado Público (22%). Constatou-se que 21% desses turistas aproveitam a viagem para fazer compras e visitar os *shoppings* da cidade.

#### 4.2 Sobre a visita ao MCT-PUCRS

Os motivos que levam as pessoas a visitarem o Museu de Ciências e Tecnologia da PUCRS podem ser bastante distintos. Metade dos turistas alegou que conhecer o museu era o motivo principal de sua visita, ao passo que, para os moradores (37%), os principais motivos para a visita eram lazer ou acompanhar alguém. Para os excursionistas, as principais razões para a visita oscilaram entre lazer (34%) e conhecer o Museu (38%).

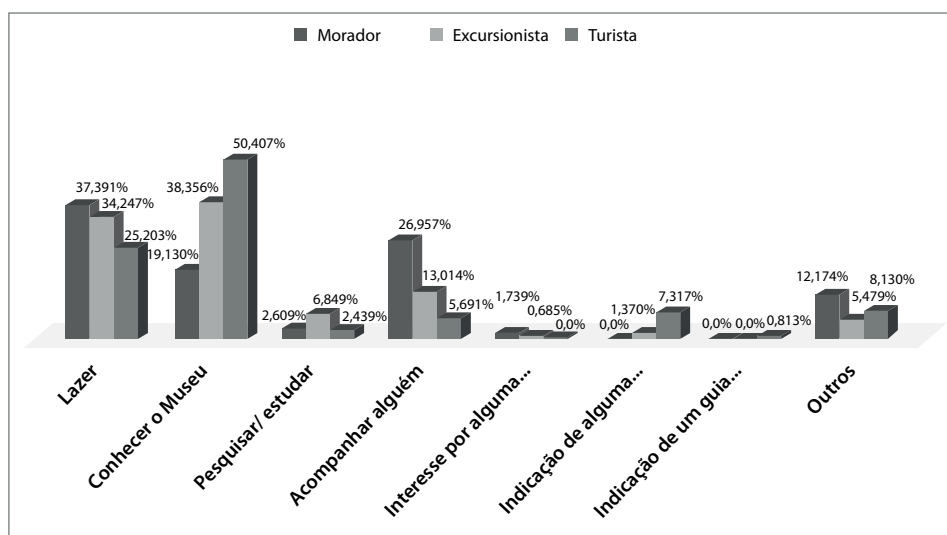


Figura 3– Motivo da visita ao Museu

Fonte: Os autores (2012)

Quando lhes era perguntado se haviam visitado outros museus de ciências e tecnologia no Brasil ou no exterior, a maioria absoluta afirmou não tê-lo feito, sendo essa resposta mais expressiva entre os excursionistas, já que 83% desses entrevistados só haviam visitado o Museu da PUCRS. Entre os moradores de Porto Alegre, 23% já haviam visitado outros museus de ciências e tecnologia e, entre os turistas, 42%

havia conhecido outros museus tecnológicos e científicos, no Brasil ou no exterior. Quando solicitados a traçarem um paralelo entre essas diversas experiências, afirmaram que o MCT se apresentava como um atrativo de porte internacional, com capacidade competitiva frente a museus europeus e latino-americanos. Entre os museus mencionados, apresentaram o *Deutsche Museum*, da Alemanha, o Museu de Ciências e Tecnologia, de Chicago e o *Museo de La Plata*, na Argentina, além de museus científicos de Minas Gerais e São Paulo, que foram os mais mencionados.

Uma das perguntas do questionário indagava se os entrevistados gostariam que o MCT-PUCRS disponibilizasse uma visita guiada e o quanto estariam dispostos a pagar a mais por isso, além do valor do ingresso. A maioria considerou essa proposta interessante: dos moradores, 57% afirmaram que sim, gostariam; dos excursionistas, 51%, e dos turistas, 56%. Para os três grupos questionados, uma visita guiada proporcionaria melhor condição de compreensão científica do museu e um melhor aproveitamento das informações. Alguns dos entrevistados fizeram comparação com os museus de arte, que oferecem esse serviço, no qual o visitante aprende muito sobre o material exposto e sente-se mais compensado intelectualmente. Para o grupo que discorda desta proposta (moradores, 43%; excursionistas, 49%; turistas, 44%), o argumento usado foi de que o caráter interativo perderia seu papel, e a autoaprendizagem ficaria comprometida com esse tipo de visita, impedindo a liberdade do visitante, pois este teria de se fazer acompanhar por um grupo com questionamentos e níveis de conhecimento diversos e com variados graus de compreensão.

Considerando apenas os visitantes que gostariam de fazer uma visita guiada, 51% assinalaram que não estariam dispostos a pagar nada além do preço do ingresso por esse serviço, e 34% disseram que não pagariam mais do que R\$ 10,00. Muitos esclareciam sua resposta, dizendo que o Museu é um estabelecimento educacional e esse serviço poderia ser oferecido por alunos da entidade de forma voluntária, com crescimento pessoal significativo, ou, ainda, que poderia fazer parte de algum tipo de estágio nas disciplinas de licenciatura.

Outra pergunta que parece relevante para este artigo é sobre a fonte de informação usada para tomar conhecimento sobre o MCT-PUCRS, sendo esta uma pergunta aberta, sem opções de respostas. Destaca-se que a WEB (site do Museu, sites turísticos) é amplamente a mais utilizada (46%) pelas três categorias de visitantes. Por outro lado, a principal fonte de informação consultada pela tipologia turista, especificamente, são os familiares e amigos (24,8%), seguidos

pela internet (19,9%) e pelo site do Museu (18,4%). Em menor medida, aparece o material impresso e gráfico, como *folders* (7,1%) e o Guia Quatro Rodas (4,3%). De todos os entrevistados, somente dois obtiveram informações na Secretaria do Turismo de Porto Alegre, quando realizaram o passeio do Ônibus Linha Turismo; um entrevistado obteve a informação sobre o MCT-PUCRS, como ponto turístico da cidade de Porto Alegre, em uma agência de viagem e um entrevistado obteve esta indicação no hotel onde estava hospedado.

### **Considerações finais**

Um dos aspectos que se pode levantar com este trabalho é a multiplicidade dos papéis desempenhados por um museu, tanto em relação a seu público acadêmico, quanto em relação ao que se denominou de visitantes/turistas. Muitos visitam o MCT-PUCRS por ouvirem falar bem do local; outros, para acompanhar alguém, por lazer, para pesquisa e estudo, por curiosidade e, até mesmo, para esperarem a hora do atendimento no Hospital São Lucas, também pertencente à PUCRS. Não se pode definir um visitante de museus de ciências como alguém que tem o perfil do turista cultural, mas podemos afirmar que esta tipologia de museu pode ser um atrativo turístico e um espaço recreativo e de entretenimento, variando de acordo com a motivação do indivíduo que o visita.

Tendo como base a descrição realizada por Molina (2003) sobre o pós-turismo, poder-se-ia dizer que o MCT-PUCRS classifica-se como um atrativo turístico pós-moderno, pois seu atrativo principal não é produto da cultura local ou de um atrativo natural (embora o objetivo primordial do Museu não seja turístico), senão uma atração construída. Segundo o autor, esse tipo de produto precisa reinventar-se constantemente para continuar sendo “atrativo” ao turista. Daí a importância das exposições temporárias e/ou atividades, como “Uma noite no Museu”, “Aniversário Legal”, que são capazes de gerar uma renovação no público frequentador e atrair novos visitantes.

O museu pode falar diversas linguagens e se comunicar com seu diversificado público através das mais variadas ferramentas: através do museu itinerante, que vai até cidades do interior; apresentando-se em feiras de turismo; em publicações acadêmicas e científicas; distribuindo *folders* em agências de viagens ou na rede hoteleira; apresentando materiais impressos em simpósios e congressos e, principalmente, através da WEB, pois este é, sem dúvida, o maior canal de comunicação da atualidade.

Os resultados da pesquisa mostram que 25% dos turistas, na sua visita ao Museu, são motivados pelo lazer. Esse perfil de turista também foi identificado na pesquisa realizada em 2011, na qual 19% dos visitantes afirmaram estar no Museu por diversão, e 11%, para fugir da rotina, além de 9,5% relacionarem o Museu a um lugar de entretenimento. Nesse contexto, Hudson (1977, citado por BARRETO, 1993, p. 32) assinalou que “[...] em todos os países há dois tipos de pessoas. Uma são levadas pelo desejo de ensinar, de instruir, de melhorar, e as outras, pela necessidade de se entreter”. Durante a coleta de dados, pôde-se constatar claramente a presença desse turista, motivado por lazer e que enxerga o Museu como parte da oferta recreativa da cidade.

Quanto ao tipo de turismo praticado, pode-se dizer que aproximadamente 86% dos turistas classificam-se na categoria de “turista urbano”, entendido por Beni (2008, p. 246) como “[...] a modalidade de turismo em que a cidade é a destinação e a motivação fundamental”. Por outro lado, 14% dos turistas, além de praticarem turismo urbano, conjuntamente utilizam Porto Alegre como um “centro de estada e distribuição” (BOULLÓN, 2002); ou seja, hospedam-se na cidade, visitam pontos turísticos e outros destinos nos arredores da capital, como a serra gaúcha. O turista cultural visto no Museu, em sua maioria, pode ser classificado na categoria de turista parcialmente motivado por cultura. Este turista visita museus, parques, a orla do Guaíba, o centro da cidade, pontos turísticos e realiza o passeio da Linha Turismo. A principal motivação da visita é conhecer o Museu (50% dos turistas) como parte de sua viagem turística. No entanto, não há dados suficientes que possam delimitar a prevalência de cada tipologia de visitante, nem realizar uma análise mais detalhada de cada tipo de turista. Este questionamento e sua especificação poderiam inclusive vir a ser tema de futuras pesquisas dentro do MCT.

## Referências

BARRETO, M. *Museu por teimosia*. 1993. Tese (Mestrado em Educação) - Universidade Federal de Campinas, Campinas, SP, 1993.

BENI, M. *Análise estrutural do turismo*. 13ª ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2008.

BOULLON, R. *Atividades turísticas e recreativas: o homem como protagonista*. Bauru: Edusc, 2004.

\_\_\_\_\_. *Cultura e turismo: discussões contemporâneas*. Campinas: Papiрус, 2007.

BERTOLETTI, J. (Novembro de 2007). Palestra: Museu de Ciências e Tecnologia

DEUSCHETS MUSEUM. 2012. Collections of the Deutsches Museum. Disponível em: <<http://www.deutsches-museum.de>>. Acesso em: 22 set. 2012

GIRAUDY, D. *O Museu e a vida*. Belo Horizonte: UFMG, 1990.

IBRAM. *Ações e programas*. Disponível em: <<http://www.museus.gov.br/acessoainformacao/acoes-e-programas/programas/programa-imuseus/>>. Acesso em: 07 out. 2012.

LARA FILHO, Durval. *Museu: de espelho do mundo a espaço relacional*. São Paulo: Museologia UFA, 2006.

MASON, T. *Gestão museológica: desafios e práticas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004

MOLINA, S. *O pós-turismo*. São Paulo: Aleph, 2003.

MUSEUS ART. BRASIL. Disponível em: <<http://www.museus.art.br/historia.htm>>. Acesso em: 22 set. 2012,

MUSEUS-IBRAM, I. B. *Museus em número I*. Brasília: IBRAM., 2011

SANTANA, A. *Antropologia do turismo: analogias, encontros e relações*. São Paulo: Aleph, 2009.

SCHEINER, T. C. O museu, a palavra, o retrato e o mito. *Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio*, PPG-PMUS Unirio | MAST, jul./dez. 2008. Disponível em: <<http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.58.br/index.php/ppgpmus>>. Acesso em: 21 set. 2012.

TURISMO, Ministério do. *Turismo cultural: orientações básicas*. 2010. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br>>. Acesso em: 28 out. 2012,

TRIPADVISOR. Disponível em: <[http://www.tripadvisor.com.br/Attraction\\_Review-g303546-d1985431-Reviews-Museu\\_de\\_Ciencias\\_e\\_Tecnologia\\_PUCRS-Porto\\_Alegre\\_State\\_of\\_Rio\\_Grande\\_do\\_Sul.html](http://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303546-d1985431-Reviews-Museu_de_Ciencias_e_Tecnologia_PUCRS-Porto_Alegre_State_of_Rio_Grande_do_Sul.html)>. Acesso em: 13 set. 2012.

VALENTE, M. E. *Museus de ciência e tecnologia: interpretações e ações dirigidas ao público*. Rio de Janeiro: ICOM, 2007.