



Departamento de Sociologia

Públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado

Susana Simplício

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação

Orientador:
Mestre José Soares Neves, Assistente de Investigação,
Observatório das Actividades Culturais

Setembro, 2010

AGRADECIMENTOS

São devidos agradecimentos a todos os que, de várias maneiras, ajudaram na realização deste estudo, em especial ao meu orientador, Mestre José Soares Neves, por efectivamente me ter orientado; à Directora do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado, Arq^a Helena Barranha; ao Dr. Pedro Lapa; aos funcionários e colaboradores que procederam à entrega dos questionários e a todos os outros, dos vários sectores e serviços, pela colaboração prestada.

RESUMO

É intuito deste estudo contribuir para o conhecimento dos públicos dos museus em Portugal, mais concretamente dos museus de arte contemporânea, quanto aos perfis, práticas e hábitos culturais, visitas e relação com os museus, tal como a comparação do perfil dos públicos de museus de arte contemporânea com as características dos públicos dos museus em geral, dando como ilustrativo o caso do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado. O conhecimento dos perfis dos visitantes dos museus é uma importante ferramenta para tomada de decisões neste sector, por parte dos seus responsáveis, possibilitando o melhoramento da oferta de forma adaptada e, por conseguinte, um melhor funcionamento, comunicação e orientação para os mesmos.

Palavras-Chave: Públicos dos Museus, Públicos dos Museus de Arte Contemporânea, Perfis Sociais, Práticas Culturais

ABSTRACT

It is aim of this study to contribute to the knowledge of museum visitors in Portugal, more concretely of the contemporary art museums, as for the profiles, practices and cultural habits, visits and relation with the museums, such as the comparison of the visitors profile of contemporary art museums with the characteristics of general museums visitors, giving as illustrative the case of Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado. The knowledge of the profiles of museum visitors is an important tool for decision making in this sector, by the persons in charge, enabling the improvement of the offer in adapted way and, therefore, a better functioning, communication and orientation for them.

Key-Words: Museum Visitors, Contemporary Art Museum Visitors, Social Profiles, Cultural Practices

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
1. MUSEUS E PÚBLICOS DE MUSEUS	3
1.1 História e Conceito de Museu	3
1.2 Noção e História dos Museus de Arte [Contemporânea]	5
Públicos dos Museus de Arte	7
1.3 Museus em Portugal	8
Definição(s) de Museu	9
1.4 Públicos da Cultura – Lógicas e Processos da Globalização (Pós-Modernidade)	10
1.5 Públicos dos Museus	15
1.6 Dados Estatísticos sobre Museus e seus Visitantes em Portugal	16
Estatísticas de Museus	18
Estatísticas de Visitantes de Museus	20
Problemáticas e Conclusões	22
2. MUSEU NACIONAL DE ARTE CONTEMPORÂNEA – MUSEU DO CHIADO	23
2.1 Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado	23
Quadro Orgânico	24
Historial	25
Colecção	25
Pessoal ao Serviço	26
Orçamento anual	27
Valências do Equipamento	27
Actividades	27
Modo de funcionamento e registo de entradas	28
Frequentadores	29
Sector Educativo	29
2.2 Públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado	30
Dados IMC	30
Dados Estudos Anteriores	33
2.3 Entrevistas de Enquadramento	34
Entrevista Director Pedro Lapa – 28 de Outubro 2009	34
Entrevista Directora Helena Barranha – 12 de Maio de 2010	35
3. INQUÉRITO AOS PÚBLICOS DO MUSEU NACIONAL DE ARTE CONTEMPORÂNEA – MUSEU DO CHIADO	36
3.1 Objectivo, Metodologia e Balanço da Aplicação	37
Objectivo	37
Metodologia	37
Balanço da Aplicação	39
3.2 Resultados do Inquérito	40
Perfil	40
Frequência e Meios de Conhecimento	49
Condições	54
Avaliação e Perspectivas	61
Práticas	64
Motivos	69
Apreciação/Avaliação	71

CONCLUSÃO	74
BIBLIOGRAFIA.....	77
ANEXOS.....	81
Anexo A: Questionário de Aplicação no Museu	81
Anexo B: Manual de Aplicação	85

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro nº 1: Número de Museus em Portugal.....	18
Quadro nº 2: Número de Museus em Portugal por Tipologia.....	19
Quadro nº 3: Número de Visitantes de Museus em Portugal.....	21
Quadro nº 4: Número de Visitantes de Museus em Portugal por Tipologia	22
Quadro nº 5: Controlo de Visitantes nos Museus em Portugal	22
Quadro nº 6: Orçamento Anual Museu do Chiado (2009)	27
Quadro nº 7: Visitantes Museu do Chiado por Meses	31
Quadro nº 8: Balanço da Aplicação	40
Quadro nº 9: Nível de Escolaridade.....	46
Quadro nº 10: Grupo Ocupacional dos Visitantes	48
Quadro nº 11: Grupo Socioprofissional dos Visitantes	49
Quadro nº 12: Frequência do Museu por Fases.....	50
Quadro nº 13: Última Visita ao Museu.....	50
Quadro nº 14: Frequência com Conhecimento da Existência do Museu.....	53
Quadro nº 15: Meios de Conhecimento do Museu	54
Quadro nº 16: Modalidade de Acompanhamento	55
Quadro nº 17: Meio de Transporte.....	57
Quadro nº 18: Meio de Transporte por Residência.....	58
Quadro nº 19: Principais Razões da Visita.....	59
Quadro nº 20: Avaliação das Condições da Visita.....	62
Quadro nº 21: Museus Mais Referidos em Portugal.....	66
Quadro nº 22: Museus Mais Referidos Fora de Portugal	67
Quadro nº 23: Frequência Nacional e Internacional de Museus	67
Quadro nº 24: Frequência de Museus de Arte Contemporânea	69
Quadro nº 25: Sugestões Sobre o Museu e a Exposição.....	72
Quadro nº 26: Sugestões Sobre o Museu e a Exposição por Fases.....	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico nº 1: Património Cultural – Despesas com Museus	20
Gráfico nº 2: Sazonalidade (Média).....	32
Gráfico nº 3: Frequentadores por Ano e por Nacionalidade	33
Gráfico nº 4: Sexo dos Visitantes por Fases.....	41
Gráfico nº 5: Idade dos Visitantes.....	42
Gráfico nº 6: Idade dos Visitantes por Fases.....	43

Gráfico nº 7: Idade dos Visitantes por Sexo.....	44
Gráfico nº 8: Situação Conjugal.....	45
Gráfico nº 9: Residência dos Visitantes por Região em Portugal.....	46
Gráfico nº 10: Visitantes por Nível de Escolaridade e por Idade.....	47
Gráfico nº 11: Visitantes de Acordo com a Data da Última Visita.....	51
Gráfico nº 12: Conhecimento da Existência do Museu	52
Gráfico nº 13: Conhecimento da Existência do Museu por Fases	53
Gráfico nº 14: Modalidade de Acompanhamento por Momento da Semana.....	56
Gráfico nº 15: Dimensão do Grupo de Acompanhantes.....	57
Gráfico nº 16: Duração da Visita	60
Gráfico nº 17: Duração da Visita por Fases	61
Gráfico nº 18: Intenção de Voltar a Visitar o Museu.....	63
Gráfico nº 19: Intenção de Voltar a Visitar o Museu por Fases.....	64
Gráfico nº 20: Visita a Museus e Monumentos em Portugal por Fases	65
Gráfico nº 21: Visitantes de Museus por Tipo	68
Gráfico nº 22: Motivos da Visita a Lisboa	70
Gráfico nº 23: Motivos da Visita a Lisboa por Fases	71

INTRODUÇÃO

É intuito deste estudo contribuir para o conhecimento dos públicos dos museus em Portugal, mais concretamente dos museus de arte contemporânea (subtipo dos museus de arte), quanto aos perfis, práticas culturais, visitas e relação com os museus, tal como a comparação do perfil dos públicos de museus de arte contemporânea com as características existentes dos públicos dos museus em geral (aproximações e/ou divergências), dando como ilustrativo o caso do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado.

Quanto às dimensões de análise, estas remetem para questões da procura deste equipamento, ou seja, das práticas e hábitos culturais de uma dada população no que diz respeito à frequência deste tipo de museus; dos perfis sociográficos dos seus frequentadores (sexo, idade, nacionalidade, nível de escolaridade, profissão, etc.); entre outros aspectos.

O conhecimento dos perfis dos visitantes é importante para a tomada de decisões neste sector, permitindo um melhor funcionamento, comunicação e orientação para os mesmos, no entanto, a escassez de estudos, sobre os públicos dos museus em Portugal, faz com que seja uma dimensão pouco explorada.

As opções metodológicas tomadas ao longo do presente estudo decorrem das dimensões de análise consideradas. Foram seguidas três estratégias de recolha de informação: 1º - A consulta de fontes documentais e bibliográficas, de forma a reunir dados relativos: à história e conceito de museu; aos públicos da cultura; aos públicos de museus (gerais e de arte contemporânea); ao historial do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado; estatísticas de entradas de visitantes; entre outros. 2º - Realização de entrevistas tanto com o anterior Director (Pedro Lapa) como com a actual Directora (Helena Barranha) do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado, com o intuito de complementar a informação recolhida nas fontes documentais. 3º - Realização de inquérito por questionário escrito (aplicado em português), a ser preenchido pelos visitantes com mais de 15 anos, de nacionalidade portuguesa, deslocando-se a título particular ou em grupo organizado ao Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado.

Sendo assim, o plano de trabalho dividiu-se em cinco momentos. No primeiro momento trabalhou-se: História e Conceito de Museu (definição de museu; problemáticas; diferentes tipos de museus); Noção e História dos Museus de Arte [Contemporânea] (especificações próprias deste tipo de museus e seus públicos); Públicos da Cultura (práticas culturais das populações;

públicos e não públicos; perfis sociográficos; heterogeneidade e selectividade); Públicos dos Museus (caracterização dos visitantes; perspectiva internacional; perfis sociográficos; motivações e avaliações; tipos de relações com os museus); Museus em Portugal e seus Públicos (dados estatísticos; população e relação com os equipamentos; panorama de Portugal; a Lei Quadro dos Museus Portugueses). No segundo momento: Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado (história do museu; rede em que se insere; tipo de museu; informações administrativas); Públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado (dados administrativos). No terceiro momento: Entrevista exploratória ao Director do MNAC- Museu do Chiado (Pedro Lapa). No quarto momento: Realização de um inquérito por questionário junto dos públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado (quem frequenta, porque frequentam ou não, motivações, entre outros). No quinto e último momento: Entrevista de enquadramento/compreensão dos resultados obtidos à actual Directora do MNAC- Museu do Chiado (Helena Barranha).

A estrutura expositiva do estudo apresenta-se dividida em três capítulos. No primeiro procede-se a uma contextualização geral do assunto abordado: História e Conceito de Museu; Públicos da Cultura; Públicos dos Museus; Museus em Portugal e seus públicos; Noção e História dos Museus de Arte Contemporânea. No segundo capítulo aborda-se o enquadramento particular: Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado; Públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado. O terceiro capítulo incide sobre os resultados do inquérito aplicado aos públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado. Este capítulo desenvolve-se segundo três momentos distintos: 1) objectivos do estudo; metodologia utilizada; principais indicadores da aplicação; 2) caracterização dos públicos do Museu segundo as principais variáveis sociográficas; caracterização dos públicos do Museu segundo a notoriedade, recorrência, condições, motivações, modalidades, avaliações, práticas, entre outros aspectos; 3) conclusões, elações e interpretações. Em anexo, estão incluídos vários documentos de consulta complementar e de apoio, tal como relativos à recolha de informação.

1. MUSEUS E PÚBLICOS DE MUSEUS

1.1 História e Conceito de Museu

A palavra museu tem origem na Grécia antiga no Templo das Musas (*Mouseion*), filhas de *Zeus* (identificado com o poder) com *Mnemósine* (divindade da memória), reservado à contemplação e ao estudo¹. “A noção contemporânea de museu, embora esteja associada à arte, ciência e memória, como na antiguidade, adquiriu novos significados ao longo da história” (Julião, 2000: 20) – os museus e suas características, ao longo dos tempos, são fruto de épocas sociotemporais e culturais específicas. O termo foi pouco usado na Idade Média, estando o património neste período ligado à religião, à igreja católica e à relação do homem com o divino, reaparecendo no Renascimento (séc. XV e XVI) com o coleccionismo, espírito científico e humanista e com a expansão marítima. Nessa altura as colecções pertenciam sobretudo aos príncipes, enquanto símbolos de poder económico e político, e às ciências enquanto objectos de estudo (Gabinets de Curiosidades). No século XVII e XVIII as colecções começam a se especializarem, com critérios de organização típicos do Iluminismo (sintomático desta organização e categorização é o Enciclopedismo). Nesta altura as colecções ainda não eram abertas ao público destinando-se apenas à fruição dos seus proprietários e de um círculo restrito de pessoas, somente no final do século XVIII é que o acesso público se tornou possível enquanto museus nacionais. É com a Revolução Industrial Francesa que surgiu a acepção actual de museu, com procedimentos de conservação posteriormente desenvolvidos no século XIX (Julião, 2000). A conjuntura do século XVIII permitiu traçar os contornos do sentido actual de museu (de património e de identidade), tendo como exemplo o Museu do Louvre (1793), mas é no século XIX que esta se consolida com a criação de importantes instituições museológicas na Europa (Museu Real em Amesterdão – 1808; Museu do Prado – 1810; entre outros). Estes museus eram concebidos dentro de uma lógica nacionalista como formação do cidadão do seu passado histórico, enquanto processo de construção das nacionalidades (nações), de forma a legitimar simbolicamente os estados nacionais emergentes (Chagas, 2002) – os acervos aumentaram com o domínio colonial das nações no século XIX. É a partir da década de 60 que as críticas aos museus se acentuaram devido às alterações políticas e de democratização da cultura, em que os museus iniciaram um processo de reformulação procurando compatibilizar as suas actividades com as novas

¹ <http://pt.wikipedia.org/wiki/Museu>, visualizado a 3 de Julho de 2009

necessidades e exigências da sociedade, deixando de ser espaços restritos a uma cultura das elites, actuando como instrumentos de extensão cultural a um público mais alargado e diversificado e fora do seu espaço restrito. Nos anos 70 intensificaram-se os debates relativos aos museus e ao seu papel nas sociedades contemporâneas, como é o caso da IX conferência onde o ICOM (Internacional Council of Museums) debateu o tema “o museu a serviço do homem presente e futuro” e em 1972 o caso da UNESCO onde se começa a sublinhar as funções sociais do museu, contrapondo-se a uma museologia tradicional em que o valor está no acervo e apenas na perspectiva da conservação. “Tratava-se de redefinir o papel do museu tendo como objectivo maior o público usuário, imprimindo-lhe uma função crítica e transformadora na sociedade.” (Julião, 2000: 27). Um dos marcos desta transformação na Europa é, na década de 70, o Centro Nacional de Arte e Cultura Pompidou, sendo um misto de museu com centro cultural. Segundo Maria Helena Pires Martins (1999) “a nova museologia deve partir do público, ou seja, de dois tipos de usuários: a sociedade e o sujeito. Em lugar de estar ao serviço dos objectos, o museu deveria estar a serviço dos homens. Em vez do museu “de alguma coisa”, o museu “para alguma coisa”: para a educação, a identificação, a confrontação, a conscientização, enfim, museu para uma comunidade, função dessa mesma comunidade.” (Julião, 2000: 27). Estas novas orientações têm em conta a concepção antropológica e sociológica de cultura, de carácter abrangente, como sistema de significações que permitem verificar modos de vida global distintos, dando lugar a novos conceitos, ampliando, diversificando e democratizando cada vez mais o campo de acção dos museus. É na década de 70 e 80 que se verifica um aumento de museus, onde há um alargamento da noção de património, do processo de globalização e um movimento de redemocratização, surgindo novas perspectivas acerca do conceito de museu num contexto da Nova Museologia, associado à ideia de *ecomuseu*, sendo este alargado ao não se restringir a um edifício mas sim a um território mais vasto. É principalmente na década de 90 que existe uma relação maior dos museus, e outras instituições culturais, com o mercado, tal como mecanismos de promoção, apoio e patrocínio cultural por entidades privadas, com criação de leis ao incentivo à cultura, criando a sustentação de políticas culturais e obrigando os museus à lógica de mercado através da implementação de estratégias de marketing face às exigências do consumo cultural. Exemplo disso é o surgimento de mega-eventos e mega-equipamentos de forma a atrair milhares de pessoas, ou seja, um público inédito para os museus, conferindo visibilidade às instituições. Interessa hoje em dia saber funcionar simultaneamente esta função de mercado com a função

social de forma a garantir um processo democrático. Os museus e seus conteúdos, o património, são considerados guardiões da memória cultural de uma comunidade em determinado contexto espacial e temporal, enquanto veículo de transmissão, conservação e reprodução da memória social, fundamental para legitimar a ordem social presente, em que uma comunidade constrói e reconstrói a sua memória cultural, evidenciando identidades particulares (construção de discursos identitários) em contextos novos devido à sua deslocalização e recontextualização, para uma representação simbólica da comunidade. “O museu impõe uma discussão de cada uma das representações do mundo nele reunidas, uma interrogação sobre o que, precisamente, as reúne. Afinal, o museu é um dos locais que nos proporcionam a mais elevada ideia do homem.” (Malraux, 2000: 12). Os museus e seus objectos/colecções não contam verdades absolutas e cristalizadas no espaço e tempo, onde existem relações de poder sejam elas locais, políticas, culturais, entre outras, sendo passíveis de interpretações várias consoante o tempo e espaço histórico, cultural e social em que nos movemos, sendo apropriados e reapropriados pelos sujeitos para a formação das suas identidades – os museus enquanto mediadores entre objectos e sujeitos que os interpretam. “A memória do passado permite a consciência do presente e projecta o futuro de uma determinada sociedade.” (Magalhães, 2005: 22).

1.2 Noção e História dos Museus de Arte [Contemporânea]

Nas últimas décadas temos assistido a uma proliferação de museus e centros de arte moderna e/ou de arte contemporânea, enquanto instituições de excelência da política cultural em todo o mundo, enquanto estimuladores de turismo, cultura e ferramenta de intervenção social. As capitais artísticas mundiais que influenciaram e continuam a ser motivo de influência hoje em dia, neste tipo de instituições, são Paris e Nova Iorque, sendo que o *Musée des Artistes Vivants* (Paris) a referência do século XIX e o *Museum of Modern Art - MoMA* (Nova Iorque) o marco de grande parte do século XX (Lorente, 2008). Contudo, nos dias de hoje, numa sociedade rizomática, característica do pós-modernismo, é difícil encontrar um epicentro cultural, muito menos num sentido museológico. Os museus de arte contemporânea são resultado de um processo de especializações (temas/conteúdos mais específicos) e fragmentações dos museus a partir do século XIX (subtipos e subcategorizações – subdivisão do museu de arte e complemento do museu de arte antiga). A sua origem, a par do surgimento de uma sociedade moderna e do movimento artístico o modernismo, surge primeiramente enquanto museus de arte moderna. O

termo contemporâneo surge como forma de definir a especialização e conceptualização de um tipo (ou subtipo) de museu, interligado com questões de distinção entre as denominações moderno e contemporâneo que surgem no decorrer da primeira metade do século XX, como forma de distinção da arte realizada antes e depois da Segunda Guerra Mundial. Se durante o século XIX as denominações “museu de artistas vivos”, “museu de arte contemporânea” e “museu de arte moderna” poderiam ser empregadas como sinónimos, e como antónimos de “museu de arte antiga”, a partir do século XX serão muitas vezes utilizados para designarem instituições com tipologias diferentes (Lorente, 2008). Vários museus de arte moderna passaram a denominar-se de arte contemporânea, enquanto expressão de alteração do panorama artístico actual, contudo, na sua essência ao nível da colecção permanecem modernistas. Enquanto o século XIX é marcado por um processo de institucionalização, ligado a normas e valores históricos e nacionalistas, o século XX é marcado pelo desenvolvimento e estabelecimento da museologia enquanto disciplina que consequentemente irá possibilitar o desenvolvimento do museu de arte contemporânea enquanto resultado de um contexto cultural, político e económico sujeito a redefinições constantes conforme esses contextos mudam, com base num processo de reflexividade, questionamento, pluralismo, subjectivação e diversificação. Alguns dos museus especializados em coleccionar e expor arte contemporânea, em todo o mundo, são: MCA – Museum of Contemporary Art | Sidney, Austrália; MAC – Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo, Brasil; MSU – Muzej Suvremene Umjetnosti (museum of contemporary art) | Zagreb, Croácia; Centre Georges Pompidou | Paris, França; N.B.K | Berlim, Alemanha; Greek State Museum of Contemporary Art | Thessaloniki, Grécia; MAXXI – Museo Nazionale delle Arti del XXI Secolo | Roma, Itália; MOMAT – The National Museum of Modern Art | Tóquio, Japão; Museu de Arte Contemporânea de Teerão, Irão; Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía | Madrid, Espanha; Kunstmuseum | Basileia, Suíça; Tate Modern – International modern and contemporary art | Londres, Inglaterra; New Museum of Contemporary Art | Nova Iorque, Estados Unidos da América; Stedelijk Museum | Amesterdão, Holanda; MACRO – Museo d’Arte Contemporanea Roma | Roma, Itália; MoCA – Museum of Contemporary Art Shanghai | Xangai, China; Perm Museum of Contemporary Art | Perm, Rússia; entre outros.

Públicos dos Museus de Arte

Relativamente aos públicos dos museus de arte contemporânea, após efectuada toda a pesquisa necessária a este estudo verifiquei que não existem dados estatísticos ou bibliográficos, disponíveis ou conhecidos, sobre estes públicos em concreto, mas sim sobre públicos dos museus de arte, de forma mais genérica. Contudo, com o intuito de contribuir para o estudo dos públicos de arte contemporânea, faz-se referência a Pierre Bourdieu e Alain Darbel, em “The Love of Art” (1997 [1969]), que observam que este tipo de museus abrigam tesouros artísticos que se encontram paradoxalmente abertos a todos e interditos à maioria das pessoas, sendo que apenas parte dos indivíduos consegue fruir/decifrar adequadamente as obras de arte. Estes autores, ao longo da sua análise, verificam que a frequência dos museus de arte aumenta conforme aumenta o nível de instrução/escolaridade de uma sociedade, ou seja, que o acesso aos museus de arte não é dificultado por aspectos económicos, pois existe um acesso democrático aos museus, mas sim decorre de uma necessidade e capacidade cultural diferenciada – mesmo que o acesso a uma obra de arte seja universal apenas uma parte terá capacidade para a apreender/decifrar dentro do seu contexto cultural e social. Estas características inerentes ao contexto da arte obrigam a que museus deste tipo tenham a capacidade de integrar todos os (potenciais) visitantes, de forma a não excluir, através da formação activa dos mesmos, tendo um papel decisivo na democratização do acesso à arte e da sua apropriação – fornecer o código no qual as obras de arte estão codificadas. Uma maior divulgação das exposições e a gratuidade dos ingressos, são medidas que, a longo prazo, podem alterar o quadro de desigualdade vigente e tornar a arte um factor de inclusão e aproximação social. Através de recursos estatísticos, Bourdieu e Darbel verificam que quanto mais diversas são as obras expostas num museu mais diverso é o público que o visita, sendo que parte desse público o visita de forma casual, não programada. Paul DiMaggio (1996) na sua pesquisa sobre as diferenças dos visitantes de museus de arte, nos Estados Unidos da América, considera que “Os visitantes dos museus de arte são um pouco mais seculares, confiantes, politicamente liberais, racialmente tolerantes e abertos a outras culturas e estilos de vida, e muito mais tolerantes e interessados na alta cultura do que comparados com os não visitantes.” (tradução, DiMaggio, 1996: 161).

1.3 *Museus em Portugal*

No contexto português, as primeiras colecções foram as de D. Afonso, 1º Duque de Bragança, contudo é só a partir do século XVIII que surgem as primeiras instituições museológicas modernas (substituição dos Gabinetes de Curiosidades por Museus de História Natural) com o 1º Marquês de Pombal (Sebastião José de Carvalho e Melo), imbuído dos ideais iluministas da época de que a cultura deve ser acessível a todos. Na primeira metade do século XIX surge o *Museu de Pinturas, Estampas e outros objectos de Bellas Artes* com o rei D. Pedro IV (foi rei da Quarta Dinastia e o 28º Rei de Portugal), com o intuito de promover a civilização e o gosto pelo belo (Magalhães, 2005). Com o predomínio das escavações arqueológicas nas décadas de 50 e 60 do século XIX nascem vários museus geológicos e arqueológicos. No início do século XX, com a 1ª República Portuguesa (1910), foi trazido ao mundo dos museus, em Portugal, uma nova atenção legislativa e um novo conceito de património, com uma nova e mais eficiente preservação do mesmo. Os princípios evocados na legislação desta altura podem ser resumidos nas seguintes intenções principais: promover a salvaguarda do património nacional (histórico, artístico e arqueológico); evitar a exportação de bens culturais; suportar a reorganização e modernização dos museus nacionais e implementar a fundação de museus regionais (Lira, 2000). Com o Estado Novo, após a queda da 1ª República em 1926, dá-se uma alteração no que até aqui dizia respeito aos museus para uma ideologia mais nacionalista que viria a constituir a própria imagem dos museus seguindo políticas sociais e culturais da trilogia ditatorial, de António de Oliveira Salazar, baseada na “restauração material, restauração moral, e restauração nacional” (Ramos, 1993, em Magalhães, 2005: 44). Nas bases do nacionalismo português encontramos valores simbólicos que fundaram muitas das actuações legislativas respeitantes ao património, tais como: Nação, Território, História e Tradições. Com o Estado Novo, tendo em conta estes valores e motivação ideológica, o principal intuito é o de preservar o conjunto dos legados culturais e artísticos da nação, demonstrando uma preocupação crescente com o papel dos museus enquanto transmissores dos valores ideológicos afins. Após o 25 de Abril de 1974, com o fim do regime do Estado Novo, os museus portugueses passaram a ter novas orientações, passando a fazer parte de um programa nacional de democratização da cultura, promovendo novos valores políticos e sociais, fazendo parte do discurso museológico: democracia, liberdade de expressão, igualdade de direitos, entre outros (Lira, 2000). Assim, é a partir da década de 70,

coincidente com a instauração de um regime democrático, que se pressupõe um acesso alargado aos públicos como bem cultural comum. Só a partir da década de 80 e 90 é que se verifica um crescimento significativo deste tipo de instituições relacionado com a produção de grandes eventos (ex: Expo'98 – 1998) e equipamentos de grande envergadura (ex: CCB - 1991), enquanto estratégia de novas políticas culturais, coincidindo com a legislação do mecenato. Importa ainda referir, mais recentemente, as seguintes alterações no universo dos museus em Portugal: o Despacho conjunto n.º 616/2000 de 5 de Junho cria a Rede Portuguesa de Museus mas que só em 2004 se viria a implementar em efectivo; em 2000 verifica-se uma profunda alteração metodológica no universo, recolha e apuramento da informação no âmbito estatístico do INE; a Lei n.º 107/2001, de 8 de Setembro, D.R. I Série (n.º 209: 5808-5829) que estabelece as bases da política e do regime de protecção e valorização do património cultural; o Despacho normativo n.º 28/2001, de 7 de Junho, que institui o Programa e o Regulamento de Apoio à Qualificação dos Museus; em 2003 verifica-se uma crescente articulação entre o Ministério da Educação e da Cultura; em 2004 a Lei Quadro dos Museus Portugueses – Lei n.º 47/2004 – um novo paradigma legal de regulação e funcionamento dos museus; em 2007 verifica-se uma alteração metodológica nos inquéritos aos museus, no âmbito estatístico do INE, tendo em consideração as mudanças verificadas e a legislação aprovada (Lei Quadro dos Museus Portugueses). Surgem, assim, novas perspectivas multiculturais e de interculturalidade com o desenvolvimento, por parte dos museus, de exposições que permitam múltiplas perspectivas e visões alternativas. A globalização faz com que se perca a singularidade, no sentido em que o mesmo pode estar a acontecer noutro sítio mais ou menos da mesma forma e ao mesmo tempo mas interpretado de diferentes formas, havendo uma descentralização do poder, da cultura e da arte.

Definição(s) de Museu

ICOM – International Council of Museums: Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberto ao público, e que adquire, conserva, estuda, comunica e expõe testemunhos materiais do homem e do seu meio ambiente, tendo em vista o estudo, a educação e a fruição. Também são abrangidas por esta

definição as instituições que conservam colecções e expõem espécimens vivos de vegetais e animais, tais como jardins botânicos e zoológicos, aquários e viveiros.²

Lei Quadro dos Museus Portugueses – Lei n.º 47/2004: Museu é uma instituição de carácter permanente, com ou sem personalidade jurídica, sem fins lucrativos, dotada de uma estrutura organizacional que lhe permite: a) Garantir um destino unitário a um conjunto de bens culturais e valorizá-los através da investigação, incorporação, inventário, documentação, conservação, interpretação, exposição e divulgação, com objectivos científicos, educativos e lúdicos; b) Facultar acesso regular ao público e fomentar a democratização da cultura, a promoção da pessoa e o desenvolvimento da sociedade. Consideram-se museus as instituições, com diferentes designações, que apresentem as características e cumpram as funções museológicas previstas na presente lei para o museu, ainda que o respectivo acervo integre espécies vivas, tanto botânicas como zoológicas, testemunhos resultantes da materialização de ideias, representações de realidades existentes ou virtuais, assim como bens de património cultural imóvel, ambiental e paisagístico.³

1.4 Públicos da Cultura – Lógicas e Processos da Globalização (Pós-Modernidade)

Para compreender o que são os públicos da cultura e suas caracterizações, diversas como iremos ver, é preciso também analisar as transformações que se deram com as novas lógicas e processos de uma modernidade (contemporaneidade) globalizada, pois ambos estão interligados, contexto e objecto de estudo/reflexão (neste caso os públicos da cultura, em geral, e dos museus, em particular), não podendo ser vistos separadamente, pois o processo histórico (e suas dinâmicas e contra-dinâmicas) é o que caracteriza as sociedades humanas – a sociedade só se explica pelas relações, nós formamo-nos em relação com os outros. De forma a entender os contornos actuais da sociedade e da cultura é também necessário contrapor com o que designamos de modernidade (século XIX e XX) em relação à pós-modernidade, ou sobremodernidade (Augé, 2007), (século XXI - actualidade moderna). “No início do século XXI verificamos como quase evidente o quanto os sintomas da pós-modernidade se manifestaram rapidamente nos mais diversos domínios do que chamamos contemporaneidade.” (Almeida, 2002: 71). A pós-modernidade vem

² <http://www.icom-portugal.org/conteudo.aspx?args=55.conceitos,2.museu>, visualizado a 6 de Dezembro de 2009

³ http://www.ipmuseus.pt/Data/Documents/RPM/Legislacao_Relevante/lei_dos_museus.pdf, visualizado a 6 de Dezembro de 2009

sublinhar a então denominada “crise da razão moderna” (da racionalização e da produção em massa), hipotecando uma pura visão formalista imutável e universal, exprimindo relações intersubjectivas e de circunstância, em que toda a subjectividade é vista enquanto construção não estática de acção em contexto. “Assim, se nos primórdios da modernidade, coincidindo com a época iluminista, o indivíduo era visto como detentor de uma identidade única e estável, fechada e imutável (Hall, 1997), influenciada porém pelo colectivo onde o sujeito estaria integrado, alguns, mas não muitos séculos mais tarde, caem por terra as cómodas definições que defendiam identidades, seja pessoais ou culturais, estáveis, unificadas e imutáveis (cf. Bastos e Bastos, 1999).” (Magalhães, 2005: 27). Já nada é monolítico, homogéneo, seguro, duradouro, mas sim flutuante, em curso, ambíguo. A reorganização de valores em função de novos contextos sejam eles sociais, culturais, políticos ou económicos, é sintomático do pós-modernismo onde tudo é relativizado pelo contexto envolvente e pela relatividade da experiência, sendo o fim das grandes narrativas caracterizadas pelo modernismo. Segundo Bernardo Pinto de Almeida “(...) o sujeito da pós-modernidade corresponde à necessidade de desenhar uma outra subjectividade experimental (...)” (2002: 61). A arte e a cultura reportam para uma experiência do real não universal condicionada pelas culturas (multiculturais), processos de simbolização e socialização que as enquadram, ou seja, o contexto determina a experiência tal como a percepção. A pós-modernidade emana a consciência da necessidade dos contextos, ou melhor, das relações entre sujeitos e os seus contextos, segundo uma perspectiva crítica, onde existem mediações sejam elas mediáticas (os *media*), sociais, técnicas, políticas ou económicas. As mediações combinam espaços culturais e artísticos com ambientes sociais e globais, baseadas em organizações em rede, novas tecnologias e outros discursos (estéticos, culturais, sociais e políticos) enquanto recursos de uma reflexividade artística e de *agenda-setting*, que irão influir na oferta (Conde, 2008). “(...) o *sujeito* da produção artística e do seu produto não é o artista mas o conjunto dos agentes que estão ligados à arte, que estão interessados pela arte, que têm interesse na arte, que vivem da arte e pela arte, produtores de obras consideradas artísticas (grandes ou pequenos, célebres (...) ou desconhecidos), críticos, coleccionadores, intermediários, conservadores, historiadores de arte, etc.” (Bourdieu, 2003: 231). Ao sujeito observador cabe-lhe o papel da interpretação e da crítica como parte integrante do processo das relações e de um processo comunicativo bidireccional (onde existem também trocas) – como parte do conjunto de agentes. “A visão e os seus efeitos, são sempre inseparáveis das possibilidades de um sujeito que observa, e que é simultaneamente o

produto histórico e o lugar de certas práticas, de certas técnicas, instituições e procedimentos de subjectivação.” (tradução, Crary, 1990). Enquanto o modernismo é caracterizado pela sua componente classificadora, com sentido crítico individual (de individualismo), num sistema vertical, o pós-modernismo é antes “de matriz horizontal, interfacial, colectiva, em rede e erigido sobre a ideia relativizadora da pluralidade e da pequena diferenciação.” (Almeida, 2002: 71). A pós-modernidade é, também, caracterizada pelo questionamento de paradigmas (reflexividade crítica – questionar remete para o campo da experiência e da formação do “eu”, do *self*, como projecto (Giddens, 1994), a dúvida enquanto forma de despoletar o conhecimento), pela relatividade das interpretações e certezas (verdades) anteriores, pela noção de subjectividade, uma percepção diferenciada do tempo e do espaço (devido em parte ao surgimento da Internet enquanto rede social global, onde as relações [pessoais, culturais ou políticas] perdem a sua territorialidade, espacialidade e temporalidade), abrindo mais espaços de debate e argumentação, o que incontornavelmente vem configurar o entendimento actual de democracia, enquanto arena de lutas, debates, confrontações, coexistência de opostos, e consequentemente de transformação social que com esta nova realidade assistimos. “Ao lugar instituidor dos saberes e, portanto, das instituições e práticas (...) substitui-se, progressivamente, o espaço neutro de um *não-saber* difuso e relativizador (...)” (Almeida, 2002: 72). Com a pós-modernidade verifica-se importantes transformações ao nível da relação com a cultura, como é possível verificar na diversificação das práticas culturais que favorecem novas combinações entre múltiplas práticas, tal como se verificam dinâmicas de apropriação de outras culturas, de “contaminação”, dando uma maior ênfase ao ecletismo, criando novos mercados e novos públicos. “(...) importa também a identificação de diferentes combinatórias de práticas culturais e de lazer e a correspondência entre essas combinatórias e o perfil dos respectivos praticantes.” (Gomes, 2004: 34). É possível identificar grupos diferenciados dentro de um universo social relativamente homogéneo, o que objectiva a tensão entre homogeneidade e diferenciação típico da pós-modernidade, da globalização. “(...) Assim, não se pode falar numa identidade pessoal ou cultural, mas em várias identidades, em que as sociedades actuais reconhecem múltiplas identidades fragmentadas e mutáveis dentro de si mesma.” (Magalhães, 2005: 29). Os públicos da cultura são um grupo de sujeitos heterogéneos, considerados em toda a sua diversidade e complexidade, que “consomem” de formas diferentes determinado(s) “produto(s)” cultural(ais), também estes diversificados. “(...) o conceito de públicos da cultura pode ser caracterizado, de maneira simples mas precisa, como

designando um tipo específico de relação social. (...) E que tipo de relação social é esse? Em termos gerais, mas teoricamente precisos, refere-se a uma relação das pessoas com as instituições – uma relação da generalidade ou de grande parte das populações com as instituições especializadas da modernidade avançada, ou, pelo menos, com certas instituições especializadas das sociedades contemporâneas.” (Costa, 2004: 131). Os públicos, do ponto de vista da sociologia, são caracterizados pelo seu carácter efémero e circunstancial. Para caracterizar os diferentes públicos tem de ser ter em conta que estes são diferenciados e segmentados (seja pelas instituições/organizações/autores ou pelos próprios sujeitos) segundo vários aspectos (quantitativos ou qualitativos), tais como: as expectativas das instituições/autores, as expectativas e interesses de cada sujeito, segundo a cultura que consomem, segundo o seu grau de envolvimento, interesses, práticas, consumos, frequências, etc. Os processos de caracterização são tão complexos quanto os sujeitos o são, levando a que não haja tendências regulares ou uniformizadoras. No entanto existem formas de identificar essas dinâmicas e modos de relação com a cultura, tanto a um nível quantitativo como qualitativo, que de certa forma reflectem a sociedade contemporânea, em que em nenhum dos casos se pode verificar fechamentos ou determinismos nos seus resultados. No encontro organizado pelo Observatório das Actividades Culturais, de onde resultou o livro *Públicos da Cultura* (2004), é possível verificar algumas linhas orientadoras que visam: “o conhecimento da estruturação sócio-institucional dos contextos em que se configura a recepção (Madureira Pinto); o estudo das relações entre a multiplicidade de actividades que uma dada prática pode integrar e a variabilidade de bens/obras, respectivos suportes, canais de reprodução e de difusão e localizações que lhe estão associados (Paula Abreu); a análise integrada das diversas lógicas de actuação dos públicos conforme as diferentes formas de actividade cultural e de articulação com o território (Pedro Costa).” (Santos, 2004: 9). Um dos objectivos dos estudos/investigações sobre os públicos da cultura é a caracterização dos segmentos variados de públicos em determinadas manifestações culturais, sendo que esta caracterização tem em conta a heterogeneidade e os factores contextuais. “Mesmo quando se está perante públicos restritos, a mesma lógica continua a impor-se, tendendo estes públicos a configurar-se como um conjunto complexo, não estabilizado, perpassado por clivagens internas, numa tensão entre homogeneidade e diferenciação, conforme se tem verificado através de vários inquéritos.” (Santos, 2004: 10). As próprias tipologias (instrumento de estudo) diferem conforme a natureza dos eventos e os comportamentos dos frequentadores, caracterizando assim os grupos

de diferentes modos, a título de exemplo: incondicionais, adeptos, flutuantes, estreantes, cultivados, liminares, especializados, retraídos, displicentes, recatados, envolvidos, consolidados, iniciados, autodidactas, indiferentes, entre muitos outros – o que contraria de certa forma a coerência e unidade nos comportamentos dos públicos comumente tipificados. Um sujeito pode ser simultaneamente *público*, *não-público* e/ou *público potencial* – cada vez mais se fala em públicos polissémicos (que possuem mais do que um sentido) e mutáveis. Para uma aproximação de uma definição de um determinado público tem de se ter em conta as relações existentes, funcionando também como variáveis que determinam ofertas e procuras, entre diferentes agentes, actores e seus respectivos entrosamentos. Verifica-se, por exemplo, que o relacionamento com as obras culturais por um mesmo agente (sujeito) varia dentro de um mesmo espaço multifacetado, determinado não só pela sua variedade de oferta cultural como pelas próprias características inerentes ao(s) espaço(s) (Lopes, 2004). Um mesmo sujeito/observador é um ser não unificado sendo este constituído por tensões e contradições, verificando-se volátil conforme o contexto. Os públicos da cultura são, também, caracterizados pela sua experiência estética através da fruição enquanto forma de conhecer o mundo e a si mesmo. O objecto de fruição, segundo esta perspectiva, é visto enquanto obra aberta e incompleta (Eco, 2009) e o sujeito enquanto parte integrante das práticas culturais activo e não passivo. “(...) obra aberta ainda na medida em que a incessante reconstrução dos modos de ver, ouvir, entender e sentir faz parte das oscilações históricas do gosto, tornando frágil, precário e provisório todo o tipo de fechamento.” (Conde, 1992: 145). O sujeito, conforme o próprio significado da palavra sujeito (pessoa indeterminada; aquele que age; agente), deverá ser considerado enquanto pessoa singular e plural em relação com o(s) contexto(s), dotado de variedade e variáveis, susceptível à mutação e transformação, reagindo de diferentes formas consoante as circunstâncias e consoante a sua própria singularidade enquanto ser social reflexivo para a construção de uma identidade pessoal social. Os gostos são parte integrante e factor importante na escolha dos públicos (ou sujeitos) por determinadas práticas culturais, entendido como princípio das escolhas realizadas – “des-sacralização” das formas de recepção cultural (Gomes, 2004). Para Bourdieu (2003) os gostos são entendidos como o conjunto das práticas e das propriedades de uma pessoa ou de um grupo em encontro com os bens. “(...) descobrir uma coisa a seu gosto é descobrir-se, é descobrir o que se quer (...)” (Bourdieu, 2003: 171). “Compreender os gostos, fazer a sociologia daquilo que as pessoas têm, das suas propriedades e das suas práticas, é, portanto, conhecer por um lado as condições em que

se produzem os consumidores. (...) é necessário conhecer as suas disposições mas também a oferta, que é produto de invenções históricas.” (Bourdieu, 2003: 174). O sujeito é entendido e constituído pelas suas mediações e contextos, sendo ele próprio um *medium* que irá alterar as práticas, onde as relações possibilitam reorganizações.

1.5 Públicos dos Museus

“Ao nível dos museus, conhecer os seus públicos, ao propiciar um melhor conhecimento desta prática cultural, permite também dotar os seus responsáveis de “uma fonte de conhecimento e interpretação que os ajuda a conceber, orientar, verificar e eventualmente reelaborar os seus projectos e as suas acções tendo em vista a melhoria da comunicação entre os visitantes e as suas obras”. (Lehalle, 1993: 9).” (Santos e Neves, 2005: 17)

Os públicos dos museus também variam de instituição para instituição, tal como consoante os eventos culturais que se dão nestes organismos (ex: exposições temporárias). Também este público, pertencente e englobado nos públicos da cultura, é variável, complexo e trespassado por pluralismos e complexidades maiores, referidas anteriormente, podendo ser caracterizado de inúmeras formas. No entanto, existem características transversais que no geral demonstram tendências de certa forma regulares, sem esquecer obviamente excepções, rupturas e particularidades que muitas vezes põe em causa este determinismo. Estudos e investigações demonstraram que as características demográficas dos visitantes dos museus são relativamente estáveis em vários países diferentes. “Trata-se de dimensões frequentemente presentes nos estudos de públicos, com conclusões que, em parte, poderão ser generalizáveis, incluindo a Portugal, mas que não são susceptíveis de ser transpostas directamente sem uma revisão crítica, ou seja, através da realização de estudos que testem essas conclusões no contexto, ou contextos, dos museus em Portugal.” (Neves, 2004: 237) Genericamente, segundo estudo realizado pela AMARC - Australian Museum Audience Research Centre, “Who Visits Museums?” (Kelly, 2002), os visitantes dos museus, tipicamente: possuem estudos mais elevados (pós ensino secundário); o público maioritário é: as crianças de idade escolar ou adultos entre os 30 e os 50 anos; as visitas são maioritariamente realizadas em família ou com outros grupos sociais; pertencem a uma classe sócio-económica mais elevada; e já tinham visitado os museus quando eram crianças. A investigação também descobriu que as pessoas visitam os museus por uma

variedade enorme de razões, tais como: actividade de lazer meritória; forma de estar com a família ou com outro grupo social; desafio; participar activamente em novas experiências; satisfação pessoal e reforço da auto-estima; entretenimento e divertimento; educação e aprendizagem. Programas específicos podem ter, no entanto, a habilidade de atrair novas audiências fora deste campo tipificado. Em “The Museum Experience” (Falk e Dierking, 1998) os autores tentam compreender o visitante do museu, ou seja, as suas motivações e experiências, cruzando com contextos pessoais (conjunto de saberes, conhecimentos, interesses, motivações e expectativas), sociais (grupos em que se insere e com quem visita o museu; tipologia do museu e seus frequentadores; recursos humanos do museu) e espaciais (localização; acessos; arquitectura; organização; outros serviços e espaços associados) que influenciam e intervêm na experiência e práticas do visitante. Estes contextos interagem entre si, sendo que o resultado destas interacções determina a experiência do visitante relativizando a ligação custo-benefício. Marilyn Hood (2004) traça um perfil consistente dos visitantes dos museus, ressaltando o cuidado que se deve ter nestas generalizações, tais como, por exemplo: no Verão há mais visitantes de fora enquanto no Inverno os visitantes são maioritariamente locais; as mulheres visitam mais museus de arte enquanto os homens preferem museus de ciência; as famílias e crianças visitam mais os de ciências e tecnologia; num contexto socioeconómico mais elevado maior é a frequência e assiduidade, diminuindo conforme diminui esse contexto. O contexto pessoal (ex: expectativas), o contexto institucional (ex: a sua popularidade), as fontes de informação também influem como variáveis para a determinação de um público activo e/ou passivo. “O aumento da procura museológica nas últimas décadas, e as alterações dos contextos de visita, têm permitido inferir alguma diversificação dos públicos dos museus, aliada a um maior cosmopolitismo cultural dos visitantes.” (Santos, 2008: 81).

1.6 Dados Estatísticos sobre Museus e seus Visitantes em Portugal

A fonte estatística utilizada para a análise de indicadores estatísticos sobre museus e seus visitantes em Portugal foi o INE – Instituto Nacional de Estatística, que tem como documento metodológico actual o inquérito aos museus, versão 3.1, de Outubro de 2009, onde especifica o conceito de museu enquanto “instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que promove pesquisas relativas aos testemunhos materiais do homem e do seu meio ambiente, adquire-os, conserva-os, comunica-os e expõe-os

para estudo, educação e lazer”⁴. O Instituto Nacional de Estatística (INE) disponibiliza, desde 1930 informação sobre as características e actividade destes equipamentos, obtida através de dados administrativos ou realização de inquéritos. Em 2000 verificou-se uma profunda alteração metodológica no universo, recolha e apuramento da informação, conduzindo a uma quebra na série. No ano de 2007 no âmbito do Grupo de Trabalho sobre Estatísticas da Cultura do Conselho Superior de Estatística, o INE em parceria com o Instituto dos Museus e da Conservação (IMC) e o Observatório das Actividades Culturais (OAC), foi efectuada uma reformulação do projecto que consistiu num ajuste do questionário e na reclassificação ou eliminação de algumas unidades de Universo, como é o caso dos Monumentos Musealizados, tendo em consideração as mudanças verificadas e a legislação entretanto aprovada, destacando-se a Lei Quadro dos Museus Portugueses. Esta operação estatística tem como objectivo obter dados anuais para a caracterização dos Museus, Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários no que respeita ao funcionamento, instalações, recursos humanos, recursos financeiros, acervo, colecções e inventário, actividades orientadas para os visitantes, número de visitantes (fluxos mensais e anuais) e tipo de visitantes (em grupos escolares e visitantes estrangeiros). A base de amostragem é constituída pelos *Museus* e pelos *Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários* (designados apenas por Museus), que no ano de referência estiveram em funcionamento permanente ou sazonal, com pelo menos uma sala ou espaço de exposição⁵. Segundo os dados globais apresentados pelo INE, em *Estatísticas da Cultura de 2008*, no âmbito do *Inquérito aos Museus*, em 2008 foram apurados para fins estatísticos 321 *Museus, Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários*, os quais registaram 11,6 milhões de visitantes, sendo que a maior afluência de visitantes registou-se nos *Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários* (28%) seguidos dos *Museus de Arte* (21,9%), *Museus de História* (17,7%) e *Museus Especializados* (9%), verificando-se algumas alterações significativas em relação aos dados de 2007, no sentido de uma maior afluência do tipo *Museus de Arte*. Segundo o estudo “O Panorama Museológico em Portugal [2000-2003]” (Santos (coord.), 2005), refere que: as administrações públicas tutelam cerca de 60% das entidades museológicas em Portugal; os três tipos de museus mais presentes em Portugal são os Mistos e Pluridisciplinares, seguidos dos de Etnografia e Antropologia, e, por fim, os de Arte; a região de Lisboa e vale do Tejo é onde se localiza o principal contingente seguido da região Norte; a

⁴ http://metaweb.ine.pt/sim/OPERACOES/DOCMET_PDF/DOCMET_PDF_65_3_1.pdf, visualizado a 16 de Janeiro de 2010

⁵ www.ine.pt, visualizado a 10 de Janeiro de 2010

grande maioria dos museus abriu ao público após 1980 (71%) sobretudo na década de 90 (37%) e, de momento, 12% representam os que abriram entre 2000 e 2002 (o interesse por este tipo de equipamento cultural é visível a partir da década de 70, com a instauração do regime democrático); verificou-se um aumento nas actividades direccionadas aos visitantes, como é o caso das visitas guiadas (84%) e acções dirigidas ao público escolar (62%); aumento dos visitantes/entradas; aumento na qualificação dos museus; as alterações no panorama museológico português são muito significativas e, globalmente, no sentido positivo. De forma a complementar estes dados introduzo aqui mais algumas questões relativas aos Museus de Portugal, conclusões de José Soares Neves acerca dos resultados do *Inquérito aos Museus em Portugal* (2000) respeitantes às exposições temporárias e às acções de marketing e publicidade por parte dos museus em 1998: 43% dos museus organizaram pelo menos uma exposição temporária produzida pelo museu, 22% pelo menos uma exposição temporária não produzida pelo museu, 16% acolheu as duas formas de produção de exposições temporárias; 40% dos museus afirmam ter feito nos dois anos anteriores campanhas de marketing e publicidade. Os estudos/investigações sobre os museus em Portugal ainda são reduzidos, sendo a maioria quantitativos, no entanto segundo Rui Ferreira da Silva do Instituto dos Museus e da Conservação (IMC) está previsto a realização de um projecto de inquérito ainda este ano de forma a se concretizar um estudo qualitativo em 2010 (contacto realizado a 4 de Junho de 2009, por e-mail).

Estatísticas de Museus

Em Portugal o número total de museus, segundo os dados estatísticos do INE, tem vindo a aumentar todos os anos. O aumento exponencial de museus no ano de 2008, deve-se, sobretudo, a uma alteração metodológica que veio a reclassificar as unidades de universo.

Quadro nº 1

Número de Museus em Portugal

Período de referência dos dados	Museus (N.º); Anual
2008	300
2007	275
2006	276
2005	269

Notas: Inclui Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários; Última actualização destes dados: 27 de Abril de 2010.

No número total de museus, segundo a sua tipologia, verifica-se que a tendência de aumento não é comum entre os diferentes tipos de museus. O aumento do número de museus em 2008 verifica-se principalmente nos tipos de: museus de arte, museus mistos e pluridisciplinares, museus de etnografia e de antropologia, museus de território, museus de ciências e de técnica, museus de arqueologia. Parte deste aumento pode dever-se à reclassificação, em 2007, de alguns monumentos musealizados.

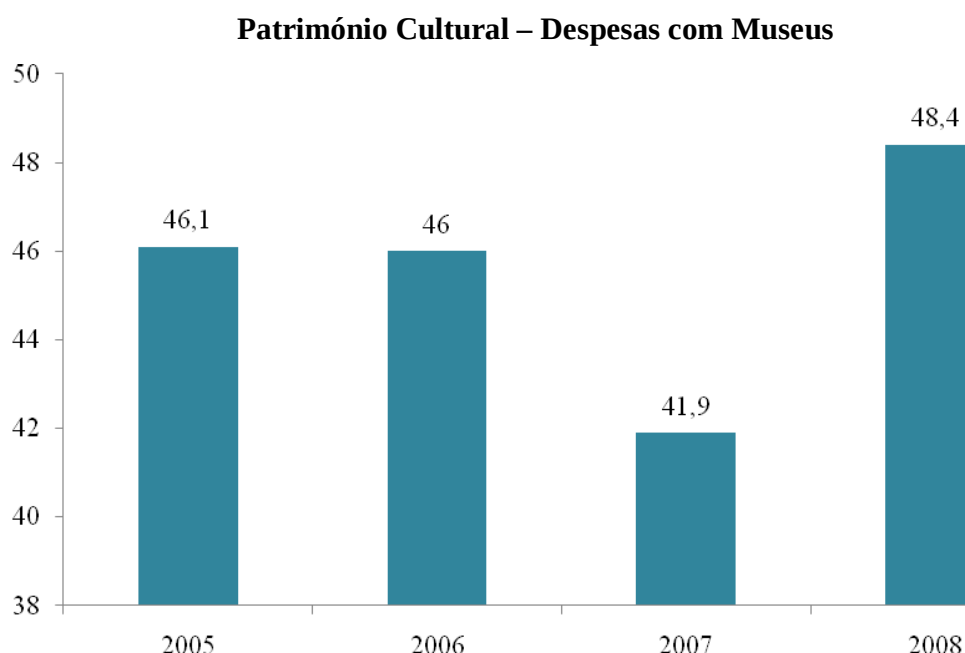
Quadro nº 2

Número de Museus em Portugal por Tipologia

	2008	2007	2006	2005
Museus de Arte	62	60	57	57
Museus de Arqueologia	24	19	17	19
Museus de Ciências Naturais e de História Natural	11	11	12	13
Museus de Ciências e de Técnica	28	20	16	15
Museus de Etnografia e de Antropologia	41	36	38	37
Museus Especializados	29	31	29	27
Museus de História	31	32	27	27
Museus Mistos e Pluridisciplinares	61	54	54	50
Museus de Território	10	9	8	7
Outros Museus	3	3	4	3
Total	300	275	262	255

Com base nas despesas totais com património cultural foi possível calcular as percentagens correspondentes às despesas específicas com museus em cada ano. Deste modo, verifica-se que em 2008 as despesas com museus são superiores aos anos anteriores (48,4%), sendo que em 2007 se verificou um decréscimo acentuado das mesmas (41,9%).

Gráfico nº 1



Estatísticas de Visitantes de Museus

A designação de visitante de museu tem como definição para o INE – Instituto Nacional de Estatística: “Pessoa que visita as exposições, utiliza os serviços disponíveis (biblioteca, centro de documentação, reservas, entre outros), e/ou frequenta as actividades realizadas no museu (concertos e conferências, entre outros). Notas: excluem-se as entradas para o restaurante, a cafetaria, a loja e outros equipamentos, quando independentes, assim como as visitas ao site do museu.”⁶ O inquérito à ocupação do tempo do INE, relativamente às práticas culturais da população portuguesa inquirida em 1999, revela que a frequência de museus e exposições por região são: de 32% – Norte, 40,6% – Lisboa e Vale do Tejo, 27,4% – outras regiões. Os museus e exposições são visitados por 31% dos portugueses, sendo que apenas 2% o faz com frequência. Segundo o estudo realizado, observa-se uma diminuição de frequência de museus e exposições com o avanço da idade: 44% dos indivíduos têm idades compreendidas entre 15 e 24 anos e 13% com 65 ou mais anos de idade. Verificou-se, também, que com o aumento do nível escolar aumenta também o hábito e frequência: 7% não completaram qualquer grau de ensino e 71% são

⁶ http://metaweb.ine.pt/sim/OPERACOES/DOCMET_PDF/DOCMET_PDF_65_3_1.pdf, visualizado a 10 de Janeiro de 2010

detentores de nível de escolaridade superior. Em relação ao sexo, verificou-se que são as mulheres que mais vão a museus e exposições.

Em Portugal o número de visitantes de museus, segundo o que a estatística do INE nos demonstra, tem vindo a aumentar. Contudo em 2007 verificou-se uma mudança de metodologia que pode ter impacto nestes resultados, como já foi referido anteriormente.

Quadro nº 3

Número de Visitantes de Museus em Portugal

Período de referência dos dados	Visitantes de museus (N.º); Anual
2008	8382260
2007	6876218
2006	7756630
2005	7107638

Notas: Inclui Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários; Última actualização destes dados: 27 de Abril de 2010.

No número total de visitantes de museus, segundo a sua tipologia, verifica-se que a tendência de aumento de visitantes é comum em todos os tipos de museus. O aumento do número de visitantes de museus em 2008 verifica-se principalmente nos tipos de: museus de arte, museus de arqueologia, museus de ciências e de técnica, museus de história.

Quadro nº 4

Número de Visitantes de Museus em Portugal por Tipologia

	2008	2007	2006	2005
Museus de Arte	2 546 311	1 714 447	1 619 261	1 490 217
Museus de Arqueologia	522 265	374 259	409 195	374 419
Museus de Ciências Naturais e de História Natural	169 389	166 469	135 294	158 183
Museus de Ciências e de Técnica	692 584	477 341	380 151	332 210
Museus de Etnografia e de Antropologia	330 846	202 458	237 211	226 187
Museus Especializados	1 044 939	1 155 570	904 186	760 564
Museus de História	2 063 866	1 942 961	358 989	371 207
Museus Mistos e Pluridisciplinares	701 872	642 593	467 245	465 040
Museus de Território	297 930	186 325	167 157	185 353
Outros Museus	12 258	13 795	91 344	82 936
Total	8 382 260	6 876 218	7 756 630	7 107 638

Contudo, nem todos os museus possuem controlo de visitantes, apesar de ser um número mínimo mas que influi nos resultados. Mais significativo ainda é o factor de cerca de metade dos museus não ter um controlo de entradas informatizado o que pode enviesar os resultados obtidos.

Quadro nº 5

Controlo de Visitantes nos Museus em Portugal

	Controlo de Visitantes		Controlo de entrada informatizado	
	Sim	Não	Sim	Não
2008	290	10	148	142

Problemáticas e Conclusões

Através deste estudo, pude concluir que existem algumas situações que interferem numa percepção realística do que poderemos considerar não só o número de museus em Portugal tal como do total dos seus visitantes, influenciando nos dados aqui apresentados. Grande parte da problemática relativa aos museus começa sobretudo e desde logo com a sua definição bastante

abrangente e pouco definida incluindo instituições que comumente não designaríamos como tal, como é o caso de monumentos, jardins zoológicos, jardins botânicos, entre outros, abrangendo diversas outras instituições para além daquelas designadas “museus”. Sendo assim, o próprio conceito de museu gera, desde logo, grandes dificuldades na sua operacionalização. Em relação ao número de museus existentes em Portugal no ano de 2000, por exemplo, os números partiam do “Inquérito aos Museus em Portugal”, onde se tinha como objectivo o recenseamento da realidade museológica, no entanto a definição utilizada foi a mais alargada (ICOM), incluindo toda a entidade auto-intitulada museu, núcleo, sala, secção e casa-museu, independentemente da sua situação de estar extinto, fechado, em funcionamento ou em projecto. A dificuldade da aplicação a nível nacional da noção do ICOM, levou a uma actualização da Lei Quadro dos Museus Portugueses, estabelecendo uma distinção entre museu e colecção visitável. Em 2007 verificou-se uma mudança de metodologia nestes inquéritos ao nível da reclassificação das instituições, para uma aproximação cada vez maior daquilo que representa os museus nacionais. Ao nível dos visitantes de museus o problema que se coloca é principalmente no controlo e registo de entradas, pois apesar da grande maioria fazer um controlo de visitantes o mesmo já não acontece de forma informatizada, ou seja, este controlo não informatizado pode gerar dúvidas no rigor dos números, visto que muitas vezes este controlo é feito através de um contador manual e não através do número de bilhetes emitidos (pago ou não). Sendo assim, ao longo dos tempos a estatística nacional sobre museus tem vindo cada vez mais a aproximar-se e a reflectir a realidade através da actualização das suas metodologias, demonstrando uma dinâmica de crescimento mas que se encontra em permanente transformação, sendo que “as mudanças que vão ocorrendo (...) resultam na caducidade permanente das noções e estruturas criadas e utilizadas na recolha da informação estatística” (Neves, Santos e Nunes, 2008: 9).

2. MUSEU NACIONAL DE ARTE CONTEMPORÂNEA – MUSEU DO CHIADO

2.1 *Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado*

O MNAC – Museu do Chiado no quadro específico dos museus de arte contemporânea é o único museu nacional de arte contemporânea existente em Portugal. Contudo, em Portugal, existem outros equipamentos (museus, fundações ou centros culturais) de arte moderna e/ou contemporânea, tais como: Museu de Arte Contemporânea Fundação Serralves, no Porto; Museu

de Arte Contemporânea de Elvas; Museu de Arte Contemporânea da Madeira, no Funchal; Museu Colecção Berardo – Arte Moderna e Contemporânea, Lisboa; CAM – Centro de Arte Moderna da Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa; Sintra Museu de Arte Moderna. Conforme depreendido pela entrevista realizada a Pedro Lapa (ver ponto 2.3), anterior director do museu, no quadro da arte contemporânea em Portugal, ou seja, ao nível artístico, o MNAC – Museu do Chiado não é de todo um parceiro ao nível das instituições anteriormente referidas no sentido em que o seu baixo orçamento não permite a aquisição de obras pretendidas nem com a regularidade desejada, de forma a competir com as instituições supra-citadas, no entanto, e mesmo assim, trata-se de uma referência da arte moderna e contemporânea portuguesa, como a única colecção que abrange a segunda metade do século XIX, todo o século XX e algumas pontuações dos primeiros anos do século XXI.

Quadro Orgânico

O Instituto dos Museus e da Conservação (IMC) é um organismo do Ministério da Cultura criado em 2007 no âmbito do Programa de Reestruturação da Administração Central do Estado (PRACE). Na sequência de um processo de reorganização das tutelas de diferentes áreas do património, o novo Instituto integrou os anteriores: Instituto Português de Museus, Instituto Português de Conservação e Restauro e a Rede Portuguesa de Museus. É um instituto público integrado na administração indirecta do Estado, dotado de autonomia administrativa e de património próprio. O IMC integra 28 Museus (onde se inclui o Museu do Chiado – MNAC) e 5 Palácios Nacionais onde são conservadas, estudadas e divulgadas muitas das peças do património nacional. O IMC tem por missão desenvolver e executar a política cultural nacional nos domínios dos museus, da conservação, do restauro, do património cultural móvel e do património imaterial, através do respectivo estudo, preservação, conservação, valorização e divulgação, da qualificação dos museus portugueses, da gestão das instituições museológicas dependentes do Ministério da Cultura, do reforço da Rede Portuguesa de Museus e da definição e difusão de normativos para estes sectores⁷. O orçamento do IMC para o ano de 2009 foi elaborado com base no *plafond* atribuído pelo Ministério da Cultura, de acordo com as instruções constantes na Circular nº 1343, Série A, da Direcção-Geral do Orçamento, de 1 de Agosto do corrente ano, sendo a sua

⁷ www.ipmuseus.pt, visualizado a 1 de Dezembro de 2009

distribuição ao nível do Orçamento de Funcionamento dos Serviços Dependentes, dando como destaque o MNAC - Museu do Chiado, com um orçamento inicial de 721.156,00€.

Historial

O Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado foi fundado por decreto da República em 26 de Maio de 1911 e instalado no espaço do convento de São Francisco da Cidade, situado no centro histórico de Lisboa, tendo sido posteriormente reinaugurado em 1994, após o incêndio em 1988 que afectou a zona, sob projecto de renovação da autoria do arquitecto francês Jean-Michel Wilmotte, projecto este oferecido pelo governo francês, respeitando os vestígios históricos pré-existentes (Silva, Lapa e Silveira (coord.), 1994). O Museu nasceu da divisão do antigo Museu Nacional de Belas-Artes em: Museu Nacional de Arte Antiga, que herdou as obras realizadas até 1850 continuando instalado no Palácio das Janelas Verdes; e Museu Nacional de Arte Contemporânea, constituído por todas as obras posteriores a esta data, tendo sido instalado no Convento de S. Francisco, num espaço vizinho da Academia de Belas Artes (actual Faculdade de Belas Artes de Lisboa). É, actualmente, tutelado pelo Instituto dos Museus e da Conservação (IMC). O Museu, ao longo dos anos, teve como directores: Carlos Reis (1911), Columbano Bordalo Pinheiro (1914), Adriano de Sousa Lopes (1929), Diogo Macedo (1945), Eduardo Malta (1959), Maria de Lourdes Bátholo (1970), Raquel Henriques da Silva (1994), Pedro Lapa (1998), Helena Barranha (2009). O Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado tem como vocação ser um museu de referência no panorama da arte moderna e contemporânea e tem como missão, coleccionar, conservar e apresentar um acervo público de arte portuguesa de 1850 até à actualidade, bem como estimular o seu conhecimento fruição e confronto com práticas artísticas de outras nacionalidades⁸. Hoje em dia debate-se com a falta de espaço que não permite uma exposição em permanência da colecção, contudo, está previsto o alargamento do mesmo, desde 2009, com a saída da Guarda Republicana que se encontra no espaço conexo (ver ponto 2.3).

Colecção

A colecção do Museu do Chiado – MNAC atravessa a história da arte portuguesa desde a 2.^a metade do séc. XIX até à actualidade. A colecção é constituída pelas obras dos seguintes artistas:

⁸ <http://www.museudochiado-ipmuseus.pt/pt/o-museu>, visualizado a 15 de Outubro de 2009

Tomás da Anunciação, Cristino da Silva, Anunciação e Luiz de Menezes, Miguel Ângelo Lupi, Silva Porto, Marques de Oliveira, António Ramalho, Columbano Bordalo Pinheiro, António Carneiro, Sousa Lopes, Amadeo de Souza-Cardoso, Santa Rita, Eduardo Viana, Mário Eloy, António Pedro, António Ferro, Almada Negreiros, Dordio Gomes, Abel Manta, Bernardo Marques, Carlos Botelho, Viana, Eloy, Canto da Maia, Diogo de Macedo, Francisco Franco, Manuel Filipe, Júlio Pomar, António Dacosta, Marcelino Vespeira, Fernando Lemos, Fernando de Azevedo, Jorge Vieira ou Mário Cesariny, Fernando Lanhas, Jorge Viera, Nadir Afonso, Joaquim Rodrigo, Paula Rego, Joaquim Rodrigo, Jorge Pinheiro, Lourdes Castro, René Bértholo, Sá Nogueira, Noronha da Costa, Jorge Martins, António Sena, João Vieira, Alberto Carneiro, Helena Almeida, Julião Sarmento, Júlia Ventura, José Pedro Croft, Julião Sarmento, Jorge Molder, Pedro Cabrita Reis, Rui Sanches, João Penalva, Rui Chafes, Ângela Ferreira, João Tabarra, Miguel Palma, Augusto Alves da Silva, Alexandre Estrela, João Onofre ou João Pedro Vale.

Pessoal ao Serviço

O número de pessoas ao serviço no Museu do Chiado é de, no seu total, 29, sendo que a maioria das pessoas se encontram integradas no Quadro (23), o que representa uma percentagem de 79,3%. Nesta contagem não são contabilizados estagiários e voluntários, devido á sua intermitência nos serviços. Quanto ao grupo de pessoal verifica-se que o grupo Assistentes Técnicos integra o maior número de elementos, com 15 casos, seguido de 7 Técnicos Superiores, incluindo a direcção (1), 5 Assistentes operacionais e o grupo Outros com 2 não especificados. Quando cruzado o total de pessoal com o Sexo, constata-se que são os elementos do sexo feminino aqueles que se encontram em maior quantidade, totalizando 20 casos. Segundo a Idade, mais de metade dos indivíduos encontra-se no escalão dos 45-54 anos (17 casos), o que significa uma percentagem de 58,6 % em relação ao total, seguindo-se os escalões de 55-64 anos (5 casos) e de 35-44 anos (4 casos). O escalão com menor significado é o até aos 24 anos registando apenas 1 caso. Relativamente às habilitações literárias 7 elementos possuem o ensino superior, 11 possuem o ensino secundário e 5 o ensino básico. Estes dados foram facultados pela actual directora Helena Barranha, aquando da entrevista realizada a 12 de Maio de 2010.

Orçamento anual

Segundo dados fornecidos pela direcção do museu, em 2009 o orçamento total aproximado foi de 585 mil euros, sendo que 35 mil euros foram destinados à programação e os restantes 550 mil euros ao funcionamento geral do museu. Os orçamentos anuais variam de ano para ano conforme a programação proposta, os salários em vigor, entre outros. No entanto, os dados disponibilizados pelo IMC, para o ano de 2009, previam um orçamento inicial para o Museu do Chiado por volta dos 721 mil euros, desconhecendo-se o motivo da discrepância entre os valores fornecidos pelas fontes distintas.

Quadro nº 6

Orçamento Anual Museu do Chiado (2009)

Programação	35.000,00
Funcionamento Geral	550.000,00
Total	585.000,00

Valências do Equipamento

Na escolha das valências a apresentar consideram-se as que melhor podem descrever a organização do equipamento em termos de serviços a disponibilizar ao público e da existência de serviços técnicos. Nos espaços destinados ao público as valências são: Piso 0 - átrio que serve de entrada e acolhimento aos visitantes, onde se encontra a bilheteira; Sala Polivalente; Casas de Banho; Loja; Piso 1 - plataforma suspensa intermédia; galeria 1; Piso 2 - encontra-se a “Sala dos Fornos”; Piso 3 - uma galeria quadrangular; duas galerias longitudinais; sala anexa às galerias; biblioteca; Exterior - cafetaria; jardim. No que toca a espaços técnicos: Piso 0 - portaria; Piso 3 - gabinetes de direcção; terraço.

Actividades

Apresentadas as valências, interessa agora perceber que tipo de actividades são organizadas/realizadas, ou seja, a dinamização do espaço. O Museu do Chiado não possui exposição permanente devido ao espaço reduzido, no entanto realiza exposições temporárias, sendo que algumas são exposições da colecção de forma a colmatar o factor de não possuir

exposição permanente do seu espólio. Em conjunto com as exposições temporárias, são realizados ateliês e outras actividades educativas em redor das mesmas para pais e filhos, tal como ao nível escolar. Estas actividades encontram-se inseridas no serviço educativo onde se encontram também as visitas guiadas ao público em geral, de âmbito pedagógico e para professores, existem também pontualmente cursos tendencialmente dirigidos a professores. Ao nível dos concertos realizados, os mesmos são organizados/geridos por outras entidades sendo apenas utilizado/cedido o espaço da sala polivalente para a sua realização, geralmente realizam-se após a hora de fecho do museu sendo que a bilheteira também é da responsabilidade da entidade organizadora. Pontualmente são realizadas conferências dos mais variados assuntos, com ou sem ligação directa com a exposição patente no momento. Ao nível de publicações com informação sobre o museu (actividades, exposições, etc.) são essencialmente: documentos em papel (desdobráveis e folhetos disponíveis gratuitamente) e informação multimédia (televisores) existentes na entrada/bilheteira. Esporadicamente são também efectuadas publicações pelo IMC sobre a colecção ou sobre exposições temporárias ou realizados catálogos em conjunto com outras entidades colaboradoras e/ou patrocinadoras. A consulta de documentos pode ser feita: mediante marcação prévia, na biblioteca do museu ou compra de publicações na loja do museu.

Modo de funcionamento e registo de entradas

Pretende-se, neste ponto, caracterizar o equipamento quanto ao modo de funcionamento e registo de acesso. O Museu do Chiado apresenta um modo de funcionamento permanente ao longo do ano, o que significa que se encontra aberto ao público de terça-feira a domingo durante um horário pré-definido das 10 às 18 horas, estando encerrado às segundas-feiras, 1 Janeiro, Domingo de Páscoa, 1 Maio e 25 Dezembro. A taxa de ingresso, estabelecida pelo IMC, é de 4€, sendo gratuito aos domingos e feriados até às 14 horas, estando, também, prevista a isenção de pagamento para os seguintes casos: Crianças até aos 14 anos; Professores e alunos de qualquer grau de ensino no âmbito de visitas de estudo, desde que comprovada documentalmente a sua condição (cartão pessoal) e o contexto de visita (por documento emitido pela respectiva instituição de ensino); Portadores do Lisboa Card; Amigos do Museu de Arte Contemporânea de Serralves; Membros da APOM/ICOM, Academia Nacional de Belas Artes, Academia Portuguesa de História, Academia Internacional da Cultura Portuguesa, Amigos do Museu de Arte Contemporânea de Serralves e membros dos Grupos de Amigos do Museu Nacional de Arte

Contemporânea - Museu do Chiado; Investigadores credenciados; Jornalistas e profissionais do turismo no desempenho das suas funções; Mecenias institucionais do museu; Funcionários do IMC e serviços dependentes; Funcionários do Millenium e seus familiares. O local de registo é efectuado na bilheteira/entrada do museu, sendo o controlo de entradas efectuado de forma informatizada dando origem a uma base de dados mensal de contabilização dos visitantes. Relativamente aos dados sociográficos dos visitantes apenas se faz o apuramento da variável nacionalidade, sendo que os restantes dados se referem a categorias de taxa de ingresso, entre outras.

Frequentadores

Os frequentadores são categorizados segundo o tipo de bilhete emitido estando divididos por Nacionais e Estrangeiros tal como pelas seguintes diferenciações: Normal, Jovem menor 14 anos, Jovem 15-25, Cartão Jovem, maiores de 65 anos, Professores, Estudantes, Bilhete Família, Bilhete Conjunto, Portador de Deficiência, Passe de 2 dias, Passe de 5 dias, Passe de 7 dias, Domingos e Feriados, APOM/ICOM/ANBA, Amigos Museu, Mecenias, IMC, Escolas, Livre (outras), LXCard Adulto, LXCard Criança, Millenium BCP (ver ponto 2.2).

Sector Educativo

Os participantes do sector educativo são, sobretudo, as escolas, principalmente as do concelho de Lisboa, mais concretamente as que se situam nas mediações do museu. O sector educativo é uma das mais importantes actividades do museu, estando sempre interligadas com as exposições patentes, levando a uma maior compreensão e envolvimento com as mesmas. No entanto, não existe qualquer registo de entradas especificamente relativo ao sector educativo, podendo apenas observar os dados disponibilizados pela entrada de escolas, do qual se pressupõe a participação em actividades educativas relacionadas com visitas de estudo ao museu.

2.2 Públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado

Dados IMC

A informação estatística dos visitantes dos Museus e Palácios do IMC – Instituto dos Museus e da Conservação é, também, elaborada com base no estipulado pelo Despacho n.º 9104/2004 (2.ª série) do Ministério da Cultura, publicado em Diário da República (n.º106, 6 de Maio de 2004, II Série). A informação disponibilizada por este organismo, que integra e tutela o Museu do Chiado – Museu Nacional de Arte Contemporânea, permite uma análise sobre a evolução do número de visitantes.

Conforme se pode verificar no Quadro nº 7, os anos de 2000 (47.249 mil visitantes), 2006 (48.587 mil visitantes) e 2007 (48.119 mil visitantes) apresentam uma afluência significativa em relação aos restantes anos. O número de visitantes em 2009 é de 35.087 mil visitantes. Para uma melhor interpretação dos dados apresentados, é de salientar, ao nível contextual, a disponibilização de verbas do Programa Operacional da Cultura (POC), a partir de 2000, com um primeiro nível de prioridades à dotação das capitais de distrito onde existe um maior apoio e aposta cultural.

Relativamente à frequência dos visitantes por meses, os números reflectem relações directas com as exposições patentes no museu visto não se verificar uma tendência uniformizadora.

Quadro nº 7

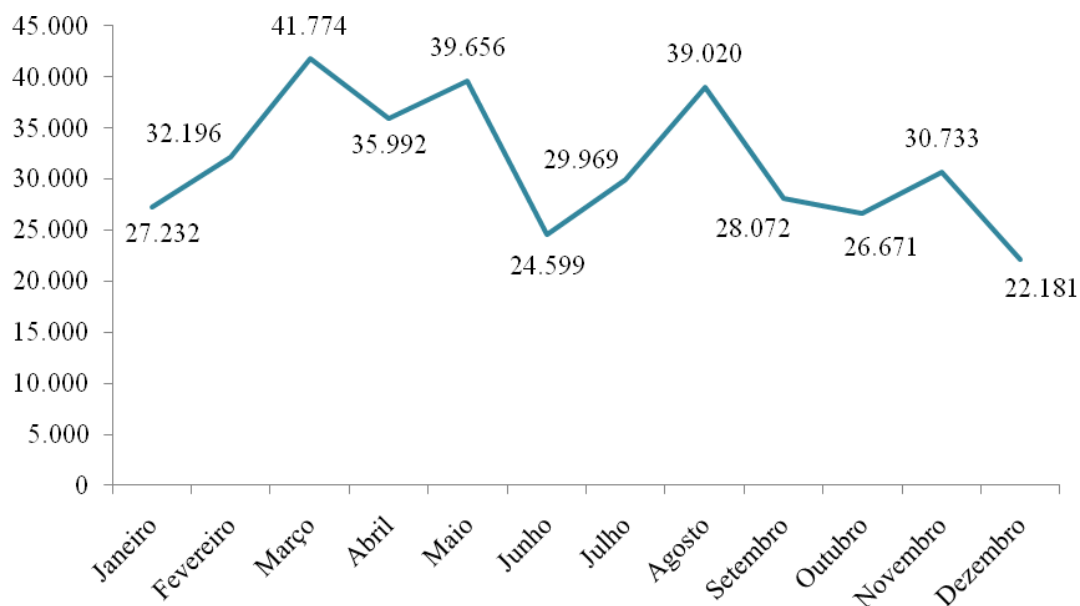
Visitantes Museu do Chiado por Meses

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Janeiro	2.590	5.804	1.926	1.948	1.325	1.710	6.320	1.688	2.390	1.531
Fevereiro	2.952	2.996	1.344	2.049	3.248	1.273	9.396	5.073	2.271	1.594
Março	3.554	3.989	3.805	2.703	3.228	2.339	8.684	8.684	2.472	2.316
Abril	4.003	2.534	3.979	2.868	2.116	2.774	3.537	6.770	4.102	3.309
Maio	3.347	3.389	3.527	2.363	5.962	2.766	3.693	6.246	4.059	4.304
Junho	2.631	4.456	1.631	2.858	2.821	2.261	2.178	2.106	1.542	2.115
Julho	3.314	4.399	2.813	3.496	2.522	2.898	2.144	2.183	2.248	3.952
Agosto	4.591	4.832	4.422	4.368	4.472	3.176	2.685	2.858	3.362	4.254
Setembro	2.766	3.851	2.934	2.879	3.329	2.578	2.141	2.298	1.968	3.328
Outubro	3.757	1.664	2.279	2.316	1.032	3.412	2.926	2.712	1.819	4.754
Novembro	8.246	2.300	2.297	1.854	1.841	2.723	2.823	4.038	2.138	2.473
Dezembro	5.498	1.369	1.820	1.132	1.546	2.542	2.060	3.463	1.594	1.157
Total	47.249	41.583	32.777	30.834	33.442	30.452	48.587	48.119	29.965	35.087

A sazonalidade, por anos, também não apresenta uma tendência regular. Sendo que os maiores picos registados acima dos 6 mil visitantes se encontram no primeiro e último trimestre do ano, embora em anos diferentes: 2000 em Novembro (com 8.246 mil visitantes), 2006 em Fevereiro (com 9.396 mil visitantes) e 2007 em Março (com 8.684 mil visitantes). A partir de uma média dos totais relativos a cada mês dos vários anos verifica-se que os maiores picos são em Março, Maio e Agosto.

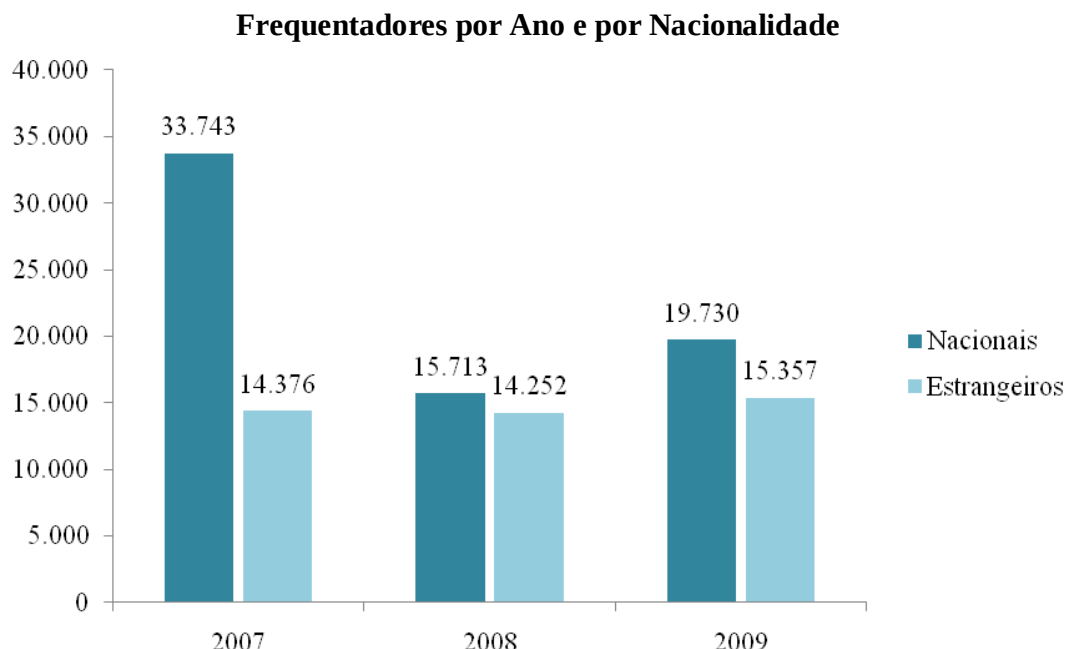
Gráfico n° 2

Sazonalidade (Média)



Relativamente aos frequentadores por ano e por nacionalidade (Nacionais e Estrangeiros), verifica-se que nos últimos três anos (2007, 2008 e 2009) os visitantes são maioritariamente de nacionalidade portuguesa, contudo tem-se verificado um decréscimo desse número de visitantes, ao passo que se verifica um acréscimo ligeiro no número de visitantes estrangeiros em relação aos anos anteriores.

Gráfico nº 3



Dados Estudos Anteriores

Em 1994 ([s.n.], entre 29 de Julho e 5 de Agosto) e 1998 (por Susana Rica, entre 27 de Março a 31 de Maio) foram efectuados dois estudos distintos com inquéritos aos públicos do Museu do Chiado através da aplicação de questionários, dos quais passo a citar alguns resultados a título complementar. No estudo de 1994 a destacar: 45% dos visitantes residem no concelho de Lisboa; 50% dos visitantes deslocaram-se até ao museu de carro; 75% referiram ter visitado, nos últimos 12 meses, o Museu de Arte Antiga; 85% dos visitantes permaneceram no museu entre 1 a 2 horas; 50% dos visitantes conhecem outros museus ou galerias de arte contemporânea em Portugal. No estudo de 1998 a destacar: 74,3% dos visitantes já tinham visitado anteriormente o museu; 57,1% reside no concelho de Lisboa; 64,3% dos visitantes tomou conhecimento da programação do museu através de jornais e revistas; 47,1% considera a falta de informação como o principal motivo para a não visita regular ao museu; a Fundação Calouste Gulbenkian (25,7%) e o Centro Cultural de Belém (24,3%) são os equipamentos culturais mais referidos como tendo sido já visitados pelos visitantes.

2.3 Entrevistas de Enquadramento

Foram realizadas duas entrevistas de enquadramento, a primeira com o Dr. Pedro Lapa, ainda enquanto director do Museu a 28 de Outubro de 2009, com um intuito exploratório antes da aplicação do inquérito, a segunda com a Dra. Helena Barranha enquanto nova directora do Museu, a 12 de Maio de 2010, após concluída a aplicação do inquérito, com o intuito de enquadramento/compreensão dos resultados obtidos.

Entrevista Director Pedro Lapa – 28 de Outubro 2009

Para Pedro Lapa as principais evoluções do MNAC – Museu do Chiado prendem-se, sobretudo, pelos seguintes momentos: a sua fundação em 1911 e o seu princípio fundador; as suas diferentes direcções enquanto reflexo da(s) identidade(s) do Museu e da sua colecção; reinauguração em 1994; a ampliação da colecção e projectos de investigação de 1994 até à actualidade. “É um dos primeiros museus nacionais de arte contemporânea fundados em todo o mundo, e o princípio fundador do museu é fazer um recuo de 50 anos relativamente às evoluções das práticas artísticas e acompanhar o seu desenvolvimento e as suas projecções futuras.”; “ Penso que o trabalho que foi feito de 94 até à actualidade, foi um trabalho de grande ampliação da colecção (...) e de fazer com que o museu fosse representativo dos desenvolvimentos das práticas artísticas portuguesas de 1850 até à actualidade.”. Relativamente ao museu enquanto espaço arquitectónico e expositivo, salienta os problemas com o espaço reduzido do mesmo que não permite uma conciliação de exposições temporárias com uma exposição em permanência da colecção, limitando a exposição/mostra da colecção e condicionando a forma como a mesma é apresentada, tal como demonstra a necessidade de requalificação do espaço urbano no centro da cidade de Lisboa, estando prevista a saída do Comando Metropolitano da Polícia de Segurança Pública para que tal seja possível no futuro. “(...) não era possível trabalhar a colecção como as pessoas desejavam porque não havia espaço para a apresentar.”. Sobre o perfil dos visitantes do museu em concreto e dos de arte contemporânea em geral, Pedro Lapa dá ênfase ao tipo de exposições (arte moderna [séc. XIX] ou arte contemporânea [séc. XX e XXI]) que movimentam tipos de públicos diferenciados, associando um público mais jovem e culturalmente mais motivado para a arte contemporânea, mas que no entanto são as exposições de arte moderna que têm mais visitantes; a sazonalidade (Verão vs Inverno), sendo o turismo o principal motivo do aumento de visitas ao

museu na época de Verão enquanto no Inverno o público é sobretudo local. Crê que o museu deve contextualizar, informar, motivar e formar os seus visitantes, não só através das suas exposições como também dos seus serviços/actividades relacionadas (formação para professores, visitas guiadas, visitas de estudo, entre outros). Identifica como principais problemas do Museu, para além do espaço reduzido anteriormente referido, a falta de orçamento (com cortes consecutivos desde 2007); a falta de divulgação, pelo motivo de falta de orçamento; o subdimensionamento do IMC e o seu modelo de gestão; diferenças acentuadas em relação a outras instituições de arte contemporânea em Portugal, considerando um “parceiro paupérrimo”; a falta de mecenato com a crescente criação de colecções próprias por parte de empresas/instituições privadas; a falta de dinamização da loja com produtos de merchandising; o café ter encerrado; entre outros. Para finalizar acentua o contexto cultural português, que deverá ser tido em conta, com o surgimento tardio de museus de arte contemporânea. “ (...) em Portugal não existiram durante o século XX museus de arte moderna/contemporânea.”.

Entrevista Directora Helena Barranha – 12 de Maio de 2010

A apreciação de Helena Barranha relativamente à actual situação do museu quanto ao seu funcionamento em geral e ao acolhimento do público, em particular, passa sobretudo pela redução de queixas por parte dos visitantes através de alguma intervenção na causa dos problemas e na criação de uma figura intermédia dando a possibilidade de o visitante descontente ser ouvido por alguém da administração. “(...) mostrar que o museu está efectivamente preocupado em resolver as questões que os visitantes colocam.”. Crê que o pessoal disponível e necessário é suficiente exceptuando em situações de maior afluência; que um dos constrangimentos do seu funcionamento é o horário, que deveria ser alargado pelo menos uma ou duas vezes por semana; que deverão haver melhoramentos ao nível das acessibilidades, de algumas infra-estruturas, da loja com novos produtos e mais contemporâneos, da sinalética (interior, de fachada e a urbana) e que é fundamental abrir novamente a cafetaria. Relativamente ao papel que o MNAC – Museu do Chiado poderá desempenhar ao nível regional e nacional, considera que à escala nacional trata-se de uma referência qualificada no panorama da arte moderna e contemporânea portuguesa pela abrangência da sua colecção, que contribui para a oferta cultural do país através da divulgação, do incentivo à produção, da investigação e das suas publicações; à escala regional pela contribuição para o aumento da oferta turística e cultural da

região de Lisboa; à escala local, que acrescenta, pelo trabalho de proximidade com as escolas limítrofes ao museu. Em relação aos públicos do museu salienta: a importância dos visitantes turistas, enquanto público ocasional/irregular mas quantitativamente importante na estatística de visitantes do museu; a importância de captação de público abrangente visto se tratar de um museu nacional; os visitantes regulares que esperam encontrar exposições da colecção; a missão de confrontar o público com novos artistas, novas linguagens, novas temáticas. “(...) por um lado divulgar o seu acervo, mas por outro lado ter esta visão/perspectiva sobre a contemporaneidade.”. Sobre as diferenças entre as duas exposições (“David Claerbout – Festival Temps D’Images 2009” [1ª Fase] e “Um Percurso, Dois Sentidos” [2ª Fase]), considera que a primeira tinha duas dificuldades de relação com o público: a apresentação do espaço/edifício arquitectónico em obscuridade e o factor de se tratar de uma exposição de novos media fazendo com que os visitantes não aderissem à proposta; em relação à segunda exposição considerou haver uma interacção e à vontade maior por parte do público, através da variedade expositiva. Tal como Pedro Lapa, identifica o problema da falta de divulgação devido à falta de orçamento, contudo procurou alternativas nas redes sociais online, enquanto importantes instrumentos de comunicação, como é o caso da utilização do *Facebook*. Considera que existem dois perfis predominantes dos visitantes do museu, distinguindo o público constituído por turistas, principalmente reformados e jovens, do público português essencialmente escolar (secundário e universitário), jovens entre os 20 e os 35 anos de idade e com práticas culturais. Tanto ao nível do panorama dos museus em Portugal, em geral, como do MNAC – Museu do Chiado, em particular, crê que as políticas culturais afectam principalmente ao nível do financiamento, do investimento e dos modelos de gestão. “Se investisse mais também, naturalmente, poderia ter uma oferta maior, podia chegar a mais públicos, ser mais inclusiva.”.

3. INQUÉRITO AOS PÚBLICOS DO MUSEU NACIONAL DE ARTE CONTEMPORÂNEA – MUSEU DO CHIADO

O presente capítulo desenvolve-se segundo dois momentos: no primeiro enuncia-se o objectivo do estudo, a metodologia utilizada e os principais indicadores da aplicação; no segundo apresentam-se os resultados do inquérito aplicado ao MNAC – Museu do Chiado. Na aplicação realizada procura-se dar a conhecer as características e especificidades dos seus públicos.

3.1 Objectivo, Metodologia e Balanço da Aplicação

Para além da anterior análise dos frequentadores da entidade museológica considerada, meramente baseada em dados administrativos, faz-se, também, no presente trabalho, um estudo dos seus públicos de que se passa a dar conta.

Objectivo

A realização de um inquérito por questionário, junto dos visitantes do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado constitui o principal meio do estudo em questão. A inquirição aos públicos do Museu do Chiado decorreu em duas fases: a primeira a da exposição “David Claerbout – Festival Temps D’Images 2009” que foi realizada entre os dias 6 de Fevereiro e 7 de Março de 2010 e a segunda a da exposição “Um percurso dois sentidos” que foi realizada entre os dias 19 Março e 8 de Abril de 2010. O intuito da existência de duas fases distintas foi o de verificar diferenças entre os públicos de cada uma das exposições.

Metodologia

Na recolha de informação foi utilizado o inquérito por questionário escrito, auto-administrado, ou seja, a ser preenchido pelos visitantes da exposição/museu. A construção do inquérito e acompanhamento foram efectuados por mim, tendo como base o inquérito construído em “Os Museus Municipais de Cascais” (Santos e Neves, 2005). A aplicação foi efectuada pelo Museu do Chiado, mais concretamente pelos funcionários da bilheteira/recepção (ver questionário no Anexo A). O questionário foi construído somente na língua portuguesa visto ser destinado apenas a visitantes de nacionalidade portuguesa e/ou residentes em Portugal. O tempo estimado para o seu preenchimento variou entre os 5 e os 10 minutos. Quanto ao seu conteúdo este é composto por um conjunto de 27 perguntas, agrupadas segundo 9 grupos específicos: 1. notoriedade e recorrência de visita ao museu; 2. modalidades de visita; 3. principais motivações; 4. meios de conhecimento; 5. avaliação; 6. práticas de visita a outros museus e monumentos em Portugal e no estrangeiro; 7. frequência de museus de arte contemporânea; 8. razões da vinda a Lisboa; 9. dados sociográficos dos inquiridos. O questionário era entregue aos visitantes no momento de aquisição do bilhete, momento esse em que era explicado, de forma sucinta, os objectivos e relevância de participação, tal como, dadas indicações dos procedimentos. O universo de

inquirição foi composto por todos os indivíduos com mais de 15 anos, de nacionalidade portuguesa, deslocando-se a título particular ou em grupo. Não foram considerados, por um lado, os grupos escolares, uma vez que, tratando-se de visitas de carácter pedagógico e que, de certa forma, são impostas aos elementos do grupo, levaria a que as condições de visita e as expectativas não fossem idênticas às dos outros visitantes, por outro, os participantes das actividades do museu, como é no caso de conferências, espectáculos, entre outros. Inicialmente, com o objectivo de garantir a aleatoriedade dos inquiridos, aplicou-se, no primeiro dia, uma taxa de sondagem de 10 em 10 visitantes, taxa essa baseada a partir das médias anuais, de anos anteriores, dos visitantes do museu. Deste modo, sempre que a um visitante cabia um número de bilhete terminado em zero era feita uma abordagem no sentido do preenchimento do questionário. Contudo, após observação do número reduzido de visitantes real aquando da aplicação, através de observação directa e em conversação com os funcionários, devido, em parte, ao tipo de exposição, tal como se verificou que para duas pessoas (ou mais) era apenas emitido um bilhete só, ou seja, com o mesmo número, impossibilitando o controlo da taxa de sondagem, retirou-se, de imediato, a taxa de sondagem aplicada de forma a obter-se um número satisfatório de respostas ao inquérito. Quanto aos procedimentos, o questionário era entregue pelo funcionário aos visitantes no momento de aquisição do bilhete, ou seja, no início da visita, solicitando-se o seu preenchimento apenas no final, sendo posteriormente depositado em caixa assinalada para o efeito localizada na bilheteira/recepção, à saída da exposição. O funcionário, na entrega do questionário anotava o movimento diário da entrega dos questionários em mapa de controlo próprio para o efeito, onde registava a data, hora e número de questionário. Previamente à aplicação realizou-se uma acção de formação com a participação dos elementos que constituem a bilheteira/recepção, tendo sido, também, entregue um “manual” com o método de aplicação do questionário (ver Anexo B).

No dia 12 de Fevereiro foi efectuado um balanço, a pedido da directora do museu, de forma a verificar os possíveis constrangimentos (reclamações por parte dos visitantes devido à aplicação do questionário; problemas com funcionários, etc.), enquanto período experimental, o qual revelou-se positivo possibilitando o seguimento do inquérito. Nos primeiros dias de aplicação, como era de esperar, apresentaram algumas dificuldades, havendo necessidade de esclarecer melhor e reforçar os procedimentos. O método foi sendo trabalhado e aperfeiçoado ao longo da primeira semana junto do pessoal que colaborava na entrega dos questionários, devido também à sua constante rotatividade. No dia 13 de Fevereiro verificaram-se vários problemas com a

aplicação, por parte dos funcionários, o que mais tarde se verificou que se devia a um colaborador do qual eu não tinha sido informada da sua existência e que ainda não havia obtido formação para tal, apesar de lhe ter sido transmitido pelos colegas os procedimentos, tal como o “manual” de aplicação. Outros problemas se registaram ao longo de toda a aplicação, em ambas as fases de aplicação, maioritariamente por parte dos funcionários, que apesar das suas boas intenções e demonstração de intenção em colaborar, incorreram em irregularidades consecutivas de procedimentos, tais como: não entrega deliberada de questionários; contra-informação do número de entradas de visitantes, ou seja, o registo informático não correspondia ao dito quando confrontados com o baixo número de entregas de questionários em relação às entradas reais de visitantes nacionais; má interpretação da tipologia de visitantes, que leva inclusive ao enviesamento dos dados informatizados; distração no registo/preenchimento da tabela/mapa de controlo; entrega de apenas um questionário por grupo em vez de a cada elemento constituinte do mesmo; entre outras situações. Registam-se, também, problemas de carácter de funcionamento, os quais influíram também nos resultados da aplicação do questionário, tais como: prolongamento da exposição relativa à primeira fase de aplicação, aumentando o período de aplicação da primeira fase e encurtando o da segunda; na primeira fase, uma das salas de exposição foi encerrada ao público por motivos de ordem técnica durante alguns dias, verificando-se uma redução de visitantes nesse período; encerramento total do museu, durante 11 dias, para mudança de exposição; falta de informação antecipada no local do museu sobre: prolongamento da exposição relativa à primeira fase, período de encerramento do museu para mudança de exposição, dados sobre próxima exposição relativa à segunda fase; alteração da tabela de ingressos, verificando-se um aumento do preço dos ingressos em algumas situações, como é o caso dos professores e estudantes; entre outros.

Balanço da Aplicação

A fase de entrega dos questionários teve uma duração total de 39 dias, sendo que a primeira fase é composta por 20 dias e a segunda por 19 dias. O número de questionários entregues totalizou 453. Após recolha dos questionários, foi feita uma primeira verificação das respostas. A fase seguinte consistiu na introdução dos dados em suporte informático (SPSS e Excel), procedendo-se também à codificação das respostas abertas. O apuramento final dos questionários passou por uma última fase, com o intuito de se eliminar da amostra questionários incompletos, ou seja, com

menos de metade das respostas preenchidas ou sem dados sociográficos indispensáveis. Ao concluir estes procedimentos, chegou-se a uma amostra de 379 questionários válidos, que representam 83,6% dos recolhidos. Os dias que registam a maior proporção de questionários recolhidos são os Domingos, representando 212 dos questionários entregues, ou seja 46,8%.

Quadro nº 8

Balanço da Aplicação

Indicador	Total da Aplicação
Dias com aplicação	39
Questionários entregues	453
Questionários recolhidos	404
Questionários válidos	379

3.2 Resultados do Inquérito

Neste ponto serão apresentados os resultados do inquérito aplicado aos públicos do museu em estudo, de forma a conhecer as características e as especificidades próprias dos seus visitantes. Este conjunto de visitantes/indivíduos será analisado segundo as principais variáveis sociográficas tais como: sexo, idade, situação conjugal, residência, nível de escolaridade, grupo ocupacional. Outros elementos importantes são os respeitantes à notoriedade e recorrência de visita ao museu, as condições, motivações e modalidades de visita, a sua avaliação qualitativa, as práticas de visita a outros museus e monumentos em Portugal e no estrangeiro, tal como a frequência de museus de arte contemporânea.

Perfil

- Sexo dos visitantes

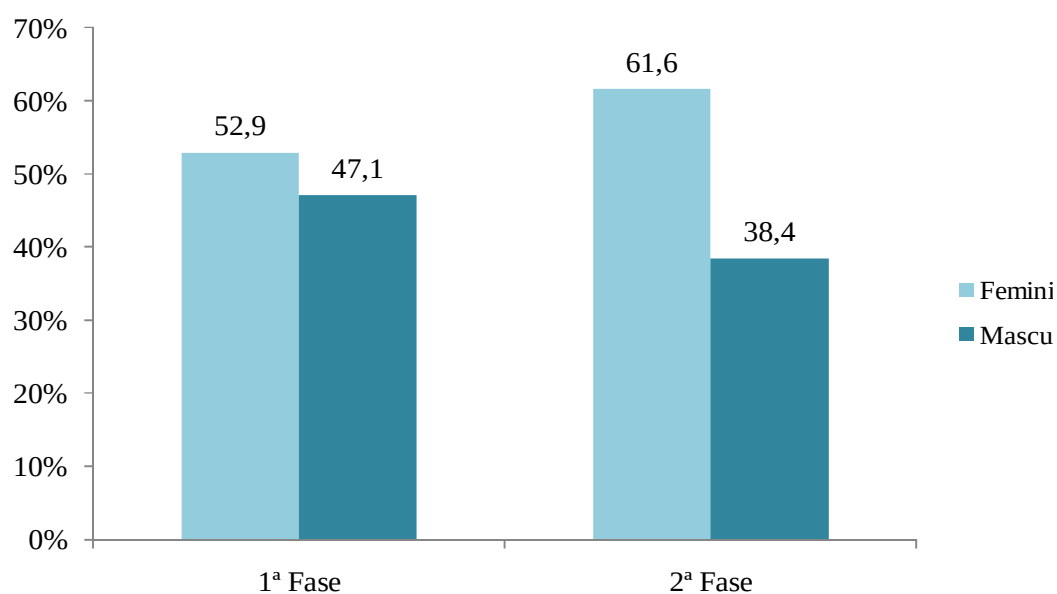
Na análise dos inquiridos segundo o Sexo, constata-se que são os elementos do Sexo Feminino os que se apresentam de forma maioritária, representando 56,9% do total dos inquiridos.

- Sexo dos visitantes por Fases

Quando cruzada a variável Sexo com cada fase da aplicação do inquérito, correspondendo a duas exposições distintas como dito anteriormente, verifica-se que os de Sexo Feminino continuam a se apresentar maioritariamente, sendo que na 2ª fase da aplicação a percentagem é sensivelmente mais elevada atingindo os 61,6%, podendo, de certa forma, revelar um padrão de gostos.

Gráfico nº 4

Sexo dos Visitantes por Fases



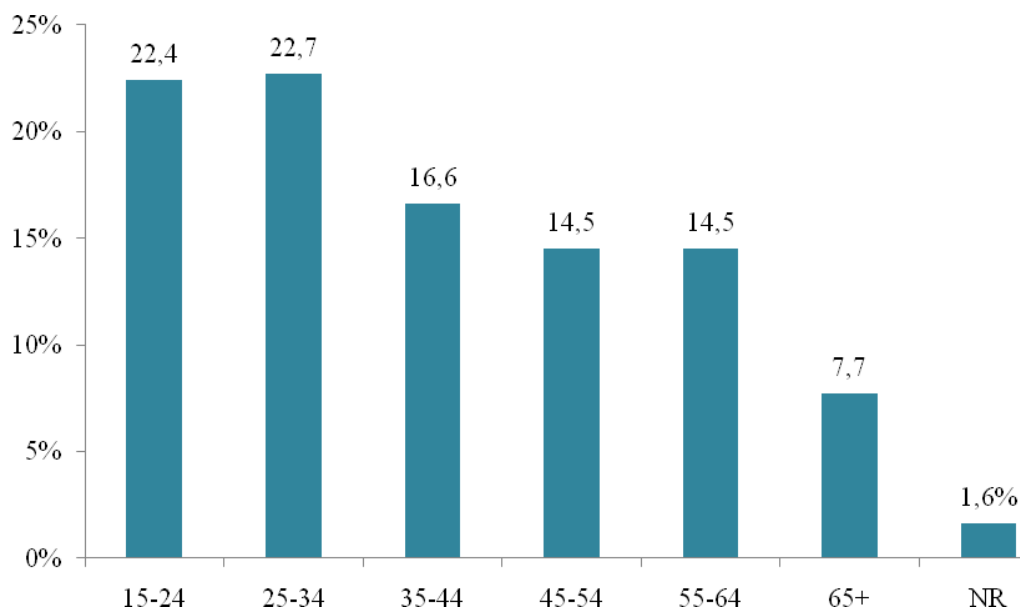
Nota: Com base em 378 respostas válidas

- Idade dos visitantes

Na análise da Idade, grande parte dos inquiridos no seu total, são maioritariamente de idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos e os 25 e 34 anos, possuindo percentagens aproximadas. Somadas representam 45%.

Gráfico nº 5

Idade dos Visitantes



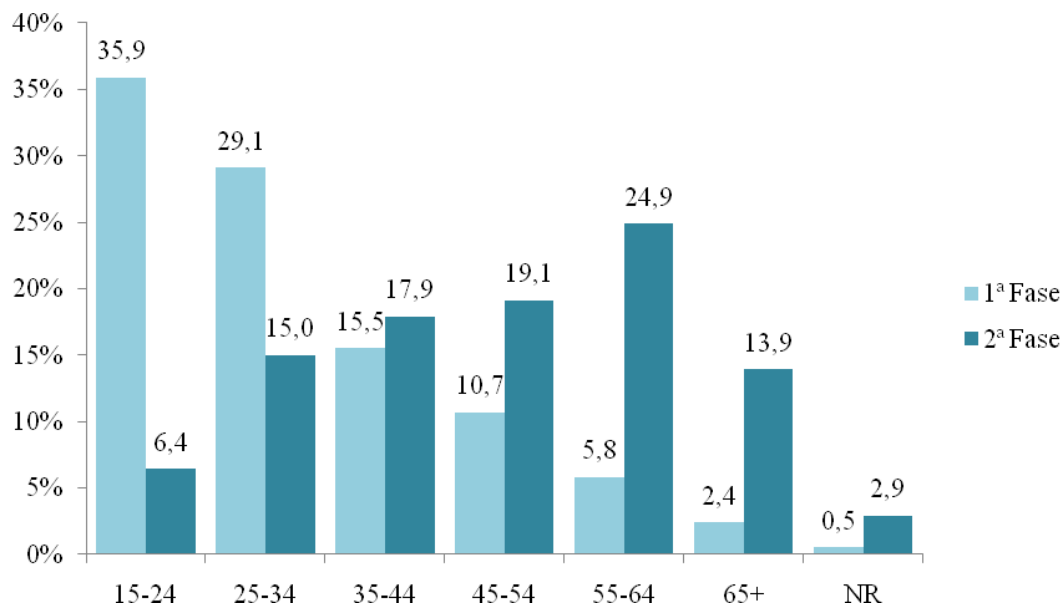
Nota: Base 379 questionários válidos

- Idade dos visitantes por Fases

Relativamente à distribuição da Idade por fase de aplicação verifica-se que, enquanto na 1ª fase os inquiridos são maioritariamente de idade compreendida entre os 15 e os 24 anos (35,9%), num escalão mais jovem, na 2ª fase a tendência inverte-se revelando uma maior percentagem nas idades compreendidas entre os 55 e os 64 anos (24,5%), demonstrando uma variação do perfil consoante a exposição em causa, apesar de se realizarem num mesmo equipamento.

Gráfico nº 6

Idade dos Visitantes por Fases



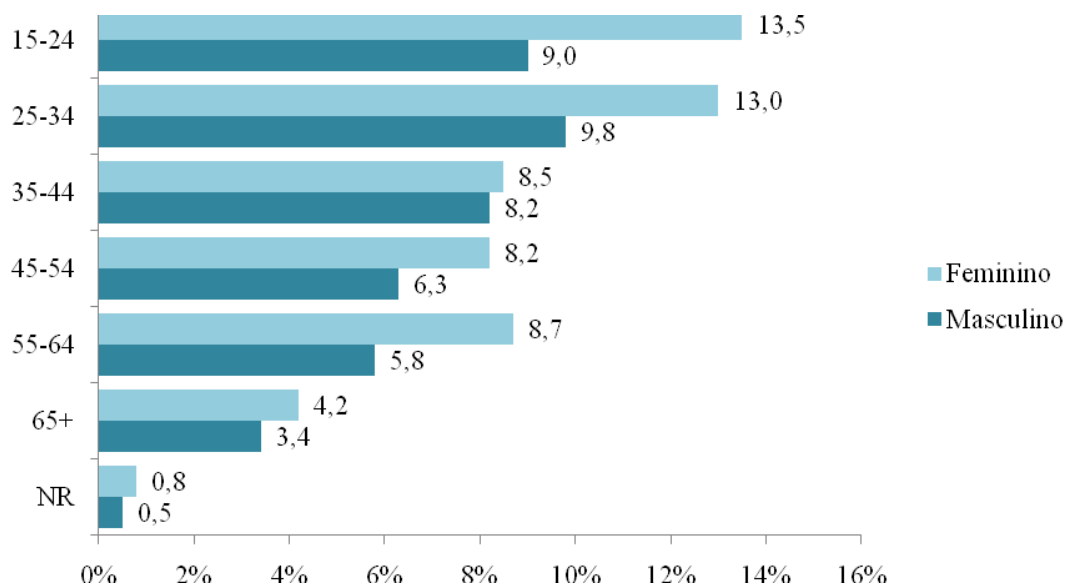
Nota: Base 379 questionários válidos

- Idade dos visitantes por sexo

Cruzando as variáveis Idade e Sexo, a presença feminina apresenta-se nos escalões mais jovens (dos 15 até aos 34 anos) sendo que o mesmo acontece na presença masculina, apesar das suas percentagens notoriamente mais reduzidas.

Gráfico nº 7

Idade dos Visitantes por Sexo

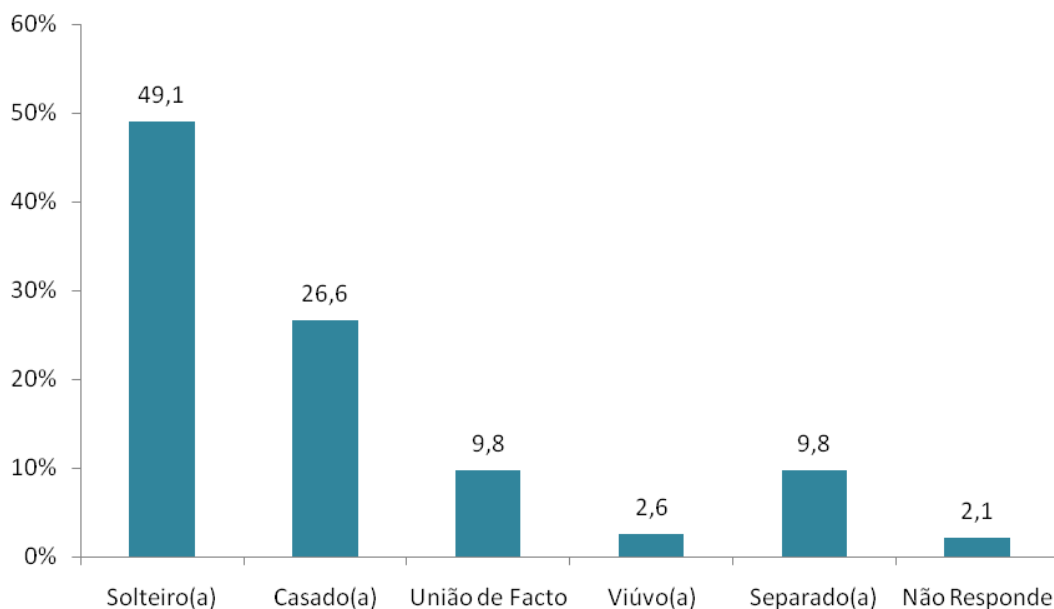


Nota: Base 379 questionários válidos

- Situação conjugal (Estado Civil)

Quanto à composição dos visitantes segundo a situação conjugal, evidencia-se a supremacia da categoria Solteiro(a), com 49,1%, face à situação de Casado(a), com 26,6%, sendo que as restantes apresentam percentagens notoriamente mais baixas. Verifica-se ainda que, ao cruzar-se a situação conjugal com a idade, os jovens (entre os 15 e os 34) são tendencialmente solteiros.

Gráfico nº 8
Situação Conjugal



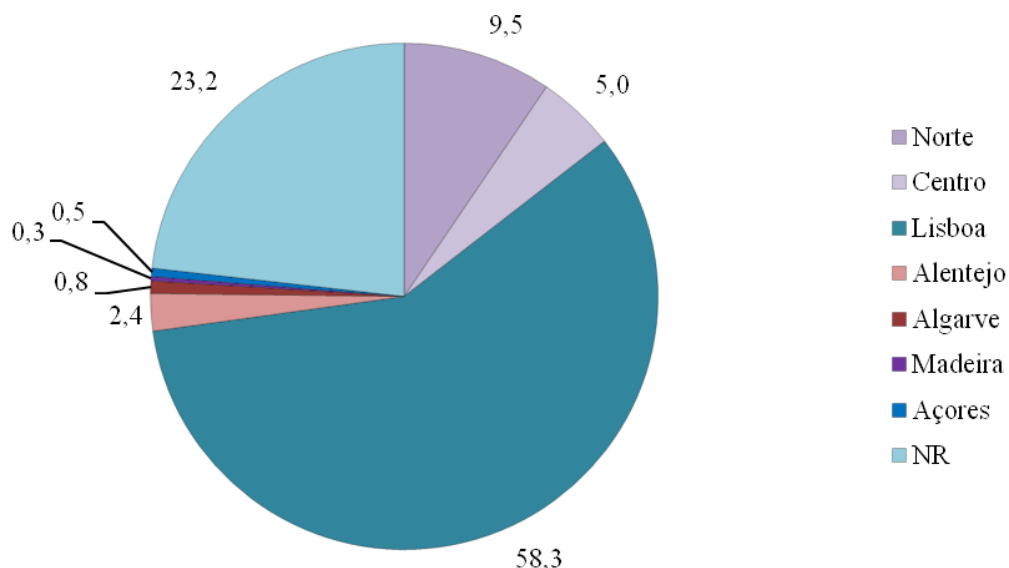
Nota: Base 379 questionários válidos

- Residência (concelho, região – NUTS II)

A partir do Gráfico nº 9, verifica-se que as principais regiões de residência dos visitantes se localizam nas regiões de Lisboa, com 58,9%, e Norte, com 9,6%, sendo que o concelho principal de residência é o de Lisboa (28,2%), seguido de Oeiras (5,3%) e do Porto (5,0%). Os resultados são feitos com base na Nomenclatura de Unidades Territorial de nível II (ver no INE/Metainformação).

Gráfico nº 9

Residência dos Visitantes por Região em Portugal



Nota: Base 379 questionários válidos

- Nível de escolaridade

Na variável de caracterização “ Nível de Escolaridade”, 68,9% do total dos inquiridos afirma ter um nível de instrução superior (Pós Secundário), enquanto 29% não ultrapassaram o 12º ano, demonstrando uma tendência que outros estudos de públicos têm evidenciado, isto é, da existência de uma relação entre o nível de escolaridade e a frequência de equipamentos e de práticas culturais.

Quadro nº 9

Nível de Escolaridade

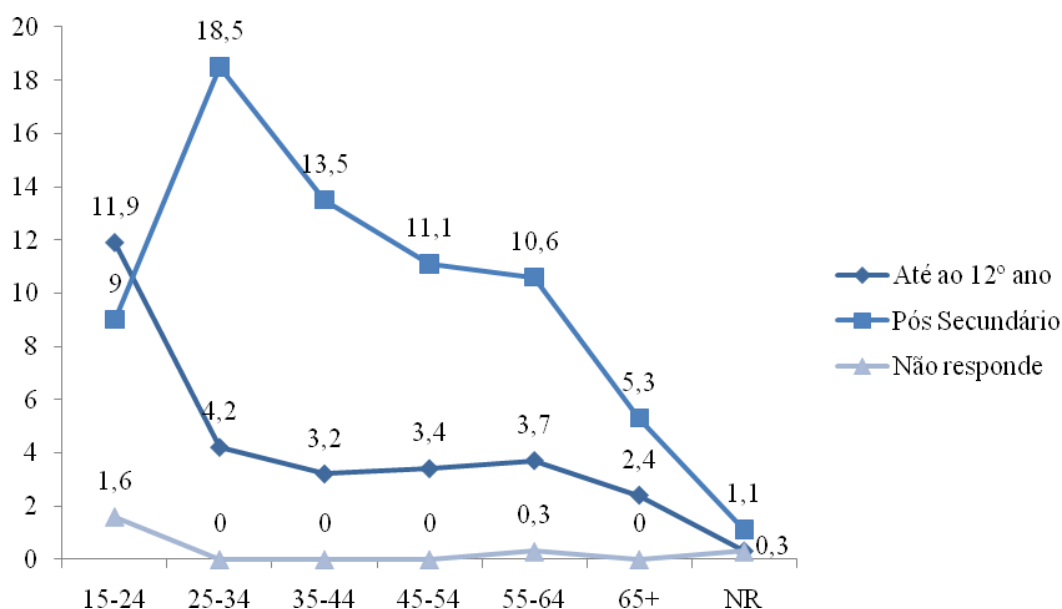
Nível de Escolaridade	Percentagem
Até ao 12º ano	29,0
Pós Secundário	68,9
Não Resposta	2,1
Número de Casos	379

- Nível de escolaridade por idade

No cruzamento do Nível de Escolaridade com a Idade verifica-se que o escalão onde predomina um nível de escolaridade superior se encontra nas idades compreendidas entre os 25 e os 34 anos (18,5%). Verifica-se, também, que conforme o escalão da idade aumenta o nível de escolaridade reduz.

Gráfico nº 10

Visitantes por Nível de Escolaridade e por Idade



Nota: Base 379 questionários válidos

- Grupo Ocupacional

O Grupo Ocupacional dos visitantes do Museu, tendo por base activos e não activos, verifica-se que 58,6% dos inquiridos desempenham uma profissão, evidenciando-se deste conjunto os Profissionais Intelectuais e Científicos (34,8%). Os não activos representam 39,8% do total, destacando-se os Estudantes com 21,4%, percentagem esta aproximada dos já referidos Profissionais Intelectuais e Científicos.

Quadro nº 10

Grupo Ocupacional dos Visitantes

Grupo Ocupacional*	Grupo Profissional e Estatuto Ocupacional			Total
	Activos	Não Activos	Não responde	
Quadros Superiores e Dirigentes	4,0		0,0	4,0
Profissionais Intelectuais e Científicos	34,8		0,5	35,4
Técnicos e Profissionais de Nível Intermédio	4,2		0,0	4,2
Pessoal Administrativo e Similares	4,5		0,0	4,5
Pessoal dos Serviços e Vendedores	1,8		0,0	1,8
Operários, Artífices e Similares	0,3		0,0	0,3
Agricultores e Trabalhadores Qualificados da Agricultura e Pescas	0,5		0,0	0,5
Trabalhadores Não Qualificados dos Serviços e Comércio	0,3		0,0	0,3
Outros Activos Não Classificados	8,2		0,0	8,2
Total Activos	58,6		0,5	59,1
Estudantes		21,4%	0,0	21,4
Desempregados		3,4%	0,0	3,4
Reformados/Aposentados		15,0%	0,0	15,0
Total Não Activos		39,8%	0,0	39,8
Não Responde	0,0	0,3%	0,8	1,1
Número de Casos	222	152	5	379
Total Percentagens	58,6	40,1%	1,3	100,0

*Com base na CNP – Classificação Nacional de Profissões/Grandes Grupos⁹

- Condição perante o trabalho

Dos inquiridos que desempenham ou já desempenharam uma actividade profissional, incluindo reformados/aposentados e desempregados, 65% pertencem à categoria Profissionais Técnicos de

⁹ <http://www.iefp.pt/formacao/CNP/Paginas/CNP.aspx>, visualizado a 5 de Maio de 2010

Enquadramento (PTE), seguido da categoria Empresários, Dirigentes e Profissionais Liberais (EDL), com 21,0%.¹⁰

Quadro nº 11

Grupo Socioprofissional dos Visitantes

Composição Socioprofissional**	Percentagem
EDL	21,0
PTE	65,0
EE	11,5
Outros	2,4
Número de Casos	243

Legenda: EDL – Empresários, Dirigentes e Profissionais Liberais; PTE – Profissionais Técnicos de Enquadramento; EE – Empregados Executantes; Outros – inclui Operários, Assalariados Agrícolas, Trabalhadores Independentes e Agricultores Independentes.

** Categoria Socioprofissional – ISPI (Indicador Socioprofissional Individual)

Frequência e Meios de Conhecimento

- Frequência

Do total de inquiridos, a maioria dos visitantes já tinha visitado o Museu anteriormente (57%), sendo que 42,2% se deslocaram ao Museu pela primeira vez, verificando-se a proximidade entre ambas as percentagens.

- Frequência por Fases

Quando analisado por fases/períodos verifica-se que principalmente os visitantes da 2ª fase são os que já tinham visitado anteriormente o Museu (68,2%), sendo que na 1ª fase a tendência é oposta.

¹⁰ Este novo indicador é uma adaptação a partir de COSTA, António Firmino da (1999: 230), *Sociedade de Bairro: Dinâmicas Sociais da Identidade Cultural*, Oeiras, Celta, onde se efectua um cruzamento de Profissão com Condição perante o trabalho.

Quadro nº 12

Frequência do Museu por Fases

		Já alguma vez tinha visitado este Museu? (excluindo a visita de hoje)		
		Sim	Não	Não sabe/Não responde
Fases	1ª Fase	47,6	51,0	1,5
	2ª Fase	68,2	31,8	0,0
Total		57,0	42,2	0,8

Nota: Percentagem em linha.

- Última visita

Dos visitantes inquiridos que já tinham visitado o Museu anteriormente, verificou-se que a sua última visita, maioritariamente, se deu há mais de 1 ano.

Quadro nº 13

Última Visita ao Museu

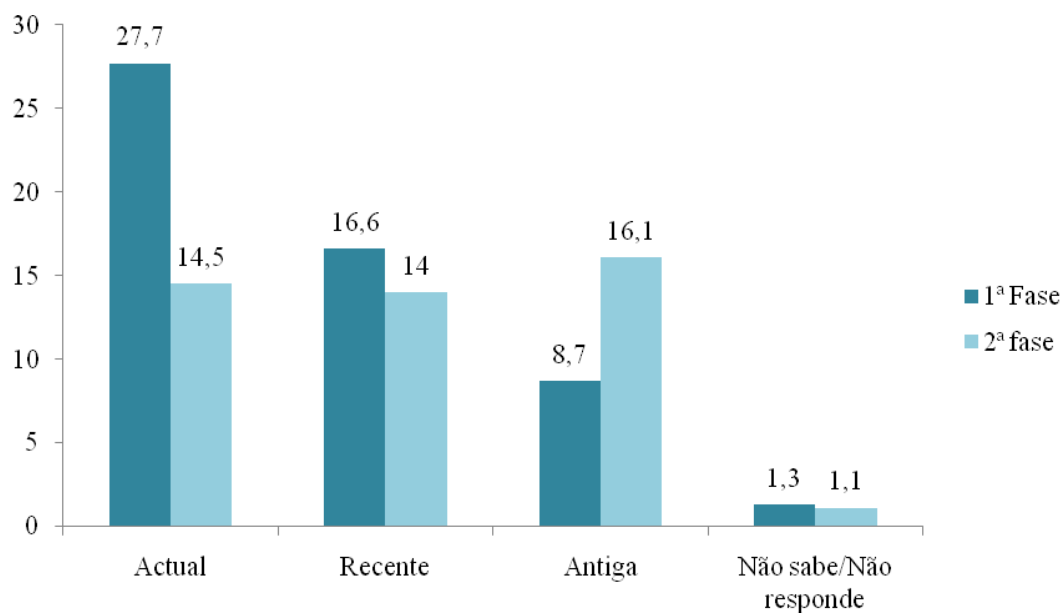
Última Visita	Percentagem
Menos de 3 meses	16,2
Menos de 6 meses	16,7
Entre 6 meses a 1 ano	20,8
Entre 1 a 5 anos	34,7
Mais de 5 anos	8,8
Não sabe/Não responde	2,8
Número de casos	216

- Categorias de visitantes de acordo com a data da última visita

A partir dos dados recolhidos e analisados no ponto anterior, criou-se uma nova variável de forma a definir categorias de visitantes de acordo com a data da sua última visita. Deste modo, verifica-se que a maioria dos visitantes na primeira fase é actual (primeira visita), com 27,7%, e que na segunda fase a maior percentagem é antiga (há mais de um ano), com 16,1%.

Gráfico nº 11

Visitantes de Acordo com a Data da Última Visita

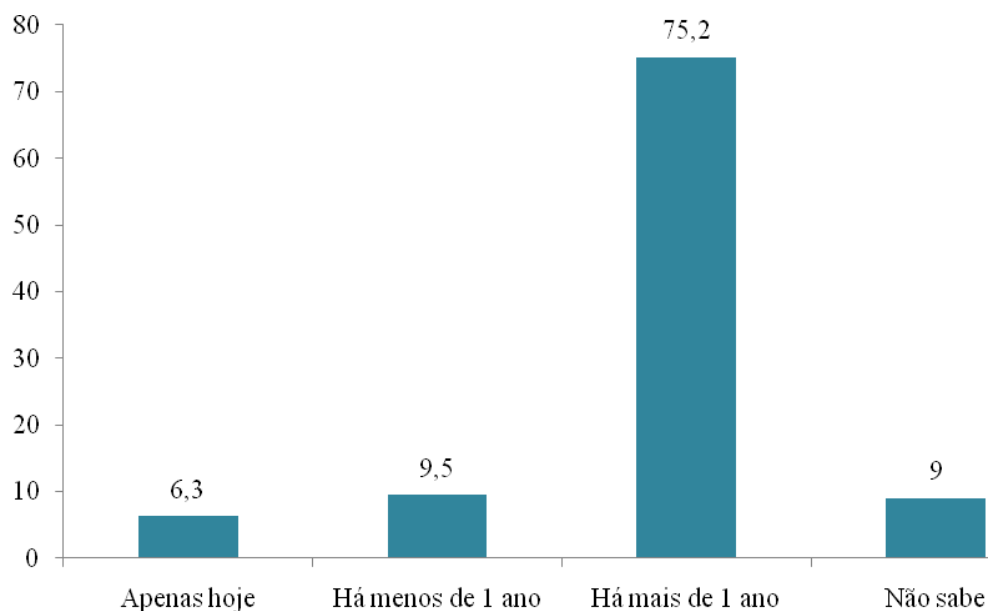


- Conhecimento da existência do museu

A esmagadora maioria dos visitantes inquiridos já conheciam a existência do Museu há mais de um ano (75,2%).

Gráfico nº 12

Conhecimento da Existência do Museu



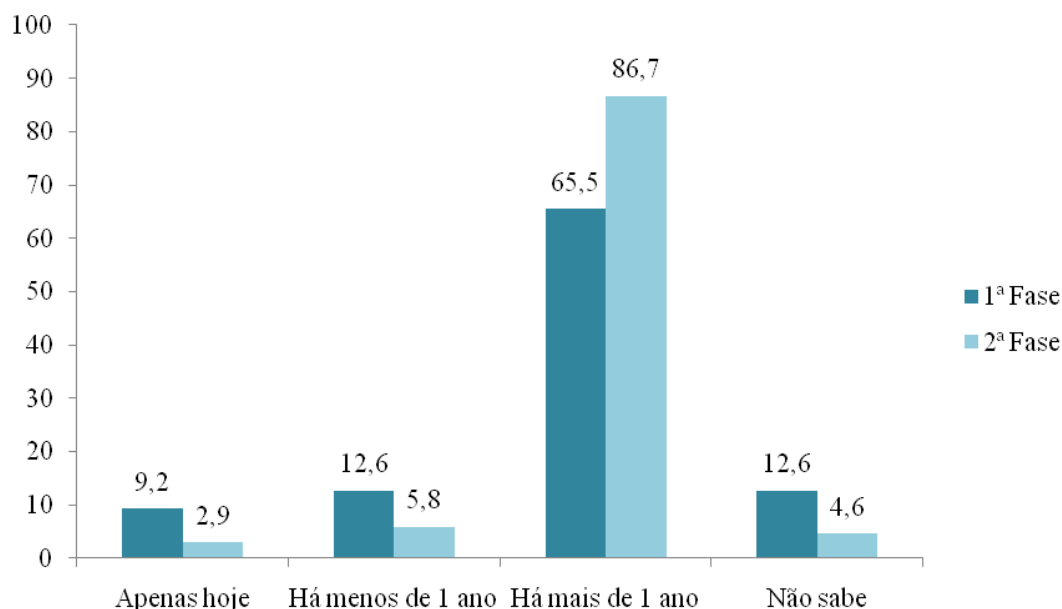
Nota: Base 379 questionários válidos

- Conhecimento da existência do museu por Fases

Verifica-se a mesma tendência quando analisado por cada fase de aplicação, sendo no entanto de considerar que os visitantes da segunda fase (exposição) possuem uma percentagem maior de conhecimento da existência do Museu há mais de um ano (86,7%) o que poderá demonstrar um público mais bem informado.

Gráfico nº 13

Conhecimento da Existência do Museu por Fases



Nota: Base 379 questionários válidos

- Frequência com Conhecimento da Existência do Museu

Ao se cruzar a frequência com o conhecimento, é de notar que a maior percentagem se situa nos visitantes que já tinham visitado o museu anteriormente, tendo conhecimento da sua existência há mais de um ano (52,2%).

Quadro nº 14

Frequência com Conhecimento da Existência do Museu

		Há quanto tempo é que conhece a existência do Museu?				Total
		Apenas hoje	Há menos de 1 ano	Há mais de 1 ano	Não sabe	
Já alguma vez tinha visitado este Museu? (excluindo a visita de hoje)	Sim	0,0	1,6	52,2	3,2	57,0
	Não	6,3	7,9	22,4	5,5	42,2
	Não sabe/Não responde	0,0	0,0	0,5	0,3	0,8
Total		6,3	9,5	75,2	9,0	100,0

Nota: Base 379 questionários válidos

- Meios de conhecimento do museu

Os meios de conhecimento mais referidos, por ordem decrescente, são: Imprensa (24,5%); Amigos (24,3%) e Agenda Cultural (21,4%). De salientar a ausência de referências para o meio Agência de Viagens ou Posto de Turismo.

Quadro nº 15

Meios de Conhecimento do Museu

Meios de Conhecimento	Percentagens
Amigos	24,3
Familiares	11,6
Professores	17,9
Folheto/desdobrável do Museu	2,4
Agenda cultural	21,4
Guia turístico	4,7
Placas indicativas na cidade (sinalética)	8,2
Agência de Viagens ou Posto de Turismo	0,0
Imprensa (jornais e revistas)	24,5
Rádio	4,2
Televisão	11,6
Internet	10,3
Outro(s) meio(s)	4,2
Não responde	9,8
Número de casos	379

Nota: Os dados resultam de uma pergunta de resposta múltipla.

Condições

- Modalidade de acompanhamento

Relativamente à Modalidade de Acompanhamento, 36,6% dos visitantes fizeram-se acompanhar do cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a), demonstrando uma prática sobretudo social e familiar, principalmente se somarmos a estes os que se fizeram acompanhar com filho(s), pai/mãe

ou outros familiares (56,6%). Com uma percentagem de 23,7% segue-se os inquiridos que visitaram o Museu sozinhos e 21,6% com amigos.

Quadro nº 16

Modalidade de Acompanhamento

Modo de Acompanhamento	Percentagem
Sozinho(a)	23,7
Com cônjuge/companheiro(a)/namorado(a)	36,6
Com filho(s)	9,2
Com pai/mãe	4,7
Com outros familiares	6,1
Com amigos	21,6
Com colegas	5,0
Com um grupo organizado	0,8
Não resposta	1,6
Número de casos	379

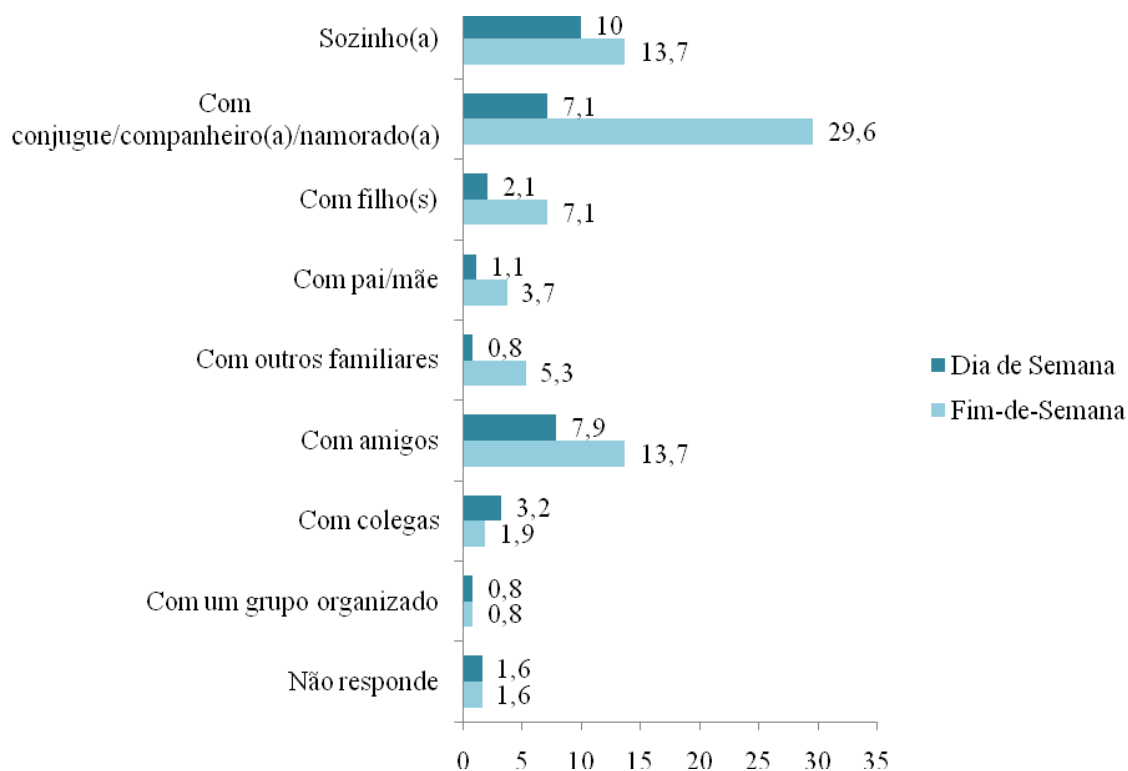
Nota: Os dados resultam de uma pergunta de resposta múltipla.

- Modalidade de acompanhamento por momento da semana (dia da semana/fim-de-semana)

O Gráfico nº 14 demonstra que, relativamente às modalidades de acompanhamento segundo o momento da semana em que ocorreu a visita (Dia de Semana ou Fim-de-Semana), aqueles que visitaram as exposições ao Fim-de-Semana o fizeram maioritariamente acompanhados com o Cônjuge /Companheiro(a)/ Namorado(a) (29,6%), enquanto que ao Dia de Semana o fizeram Sozinhos(as) (10%).

Gráfico nº 14

Modalidade de Acompanhamento por Momento da Semana

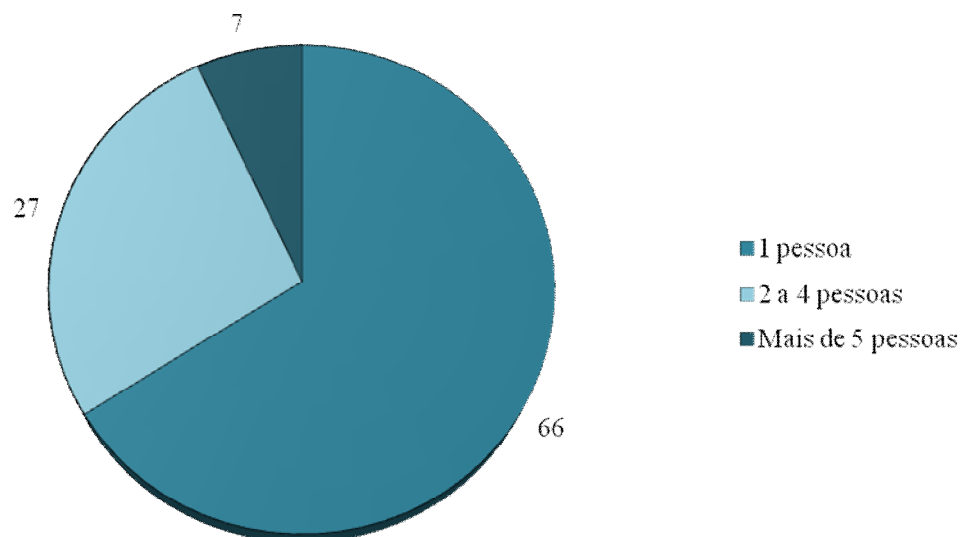


- Dimensão do grupo de acompanhantes

Quanto aos visitantes que vieram ao Museu acompanhados, mais de metade vieram só com 1 pessoa (66%), seguindo-se os com 2 a 4 pessoas (27%) e os com mais de 5 pessoas (7%).

Gráfico nº 15

Dimensão do Grupo de Acompanhantes



Nota: Base 379 questionários válidos

- Meio de transporte

Em relação ao Meio de Transporte utilizado na deslocação ao Museu, a maior parte deslocou-se em veículo particular (34,6%), seguido dos que se deslocaram a pé (26,9%) e os de metro (24%).

Quadro nº 17

Meio de Transporte

Meio de Transporte	Percentagem
A pé	26,9
Veículo Particular	34,6
Autocarro	6,1
Metro	24,0
Autocarro de turismo	0,3
Comboio	2,4
Outro meio de transporte	3,4
Não responde	2,4
Número de Casos	379

- Meio de Transporte por residência

Ventilando o Meio de transporte utilizado na deslocação até ao museu com o local de Residência dos visitantes, destaca-se que o Veículo próprio foi o meio de transporte privilegiado para os inquiridos residentes na região de Lisboa (40,3%) e na região do Alentejo (44,4%). Por sua vez, os residentes na região Norte deslocaram-se ao museu A pé (47,2%). Poucos foram os visitantes que utilizaram os transportes públicos, sendo apenas o Metro o meio de transporte que regista maior percentagem de utilização.

Quadro nº 18

Meio de Transporte por Residência

Residência	Meio de Transporte								Número de Casos
	A pé	Veiculo Particular	Autocarro	Metro	Autocarro de turismo	Comboio	Outro meio de transporte	Não responde	
Norte	47,2	16,7	2,8	19,4	2,8	2,8	8,3	0,0	36
Centro	21,1	31,6	0,0	21,1	0,0	5,3	0,0	21,1	19
Lisboa	23,1	40,3	7,2	23,1	0,0	2,7	3,2	0,5	221
Alentejo	22,2	44,4	11,1	22,2	0,0	0,0	0,0	0,0	9
Algarve	33,3	33,3	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	3
Madeira	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1
Açores	0,0	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2
Não Responde	29,8	29,8	6,0	27,4	0,0	1,2	1,2	4,8	88
Total									379

Nota: Percentagem em linha.

- Principais razões da visita

A partir de um conjunto de razões motivadoras da visita ao Museu, a percentagem maior prende-se com o Ver uma exposição temporária (43,8%), seguido da Ocupação do Tempo Livre (24%) e Visitar o Museu pela primeira vez (22,2%).

Quadro nº 19

Principais Razões da Visita

Principais Razões da Visita	
Visitar o Museu pela primeira vez	22,2
Ver o Museu novamente	13,2
Ver uma exposição temporária	43,8
Para participar/assistir a outra actividade do Museu	0,0
Enquadrado na visita a outro(s) local(s), monumento(s) ou museu(s)	5,0
No âmbito da sua formação ou profissão	16,6
Ocupação do tempo livre	24
Outra Razão	2,6
Não Responde	0,3
Número de Respostas	484

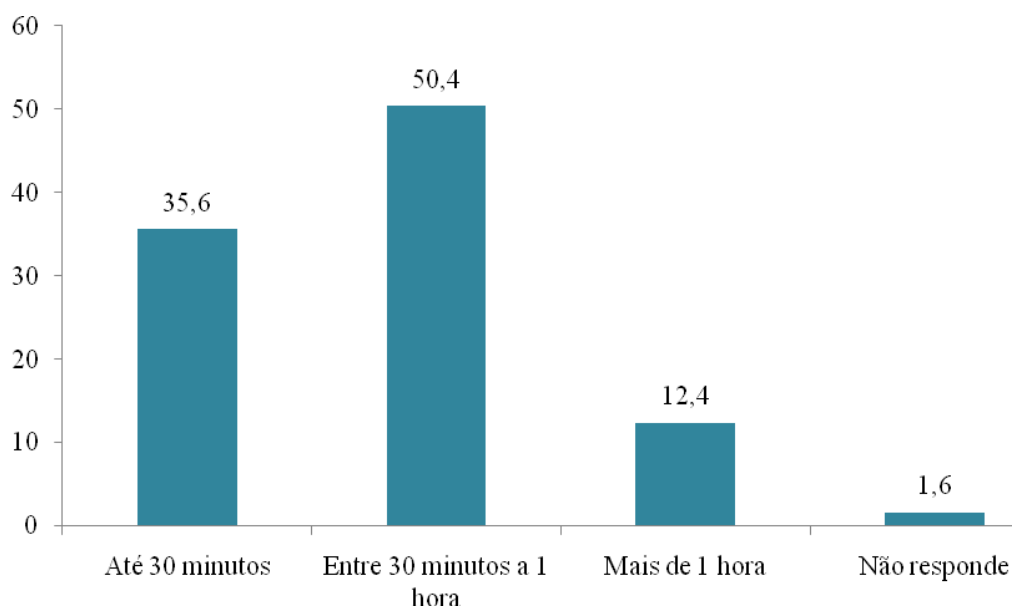
Nota: Os dados resultam de uma pergunta de resposta múltipla.

- Duração da visita

Relativamente ao tempo dispendido na visita ao Museu, mais de metade dos inquiridos refere que a mesma decorreu entre 30 minutos a 1 hora (50,4%). Apenas 12,4% dos inquiridos indica que a visita demorou mais de 1 hora.

Gráfico nº 16

Duração da Visita



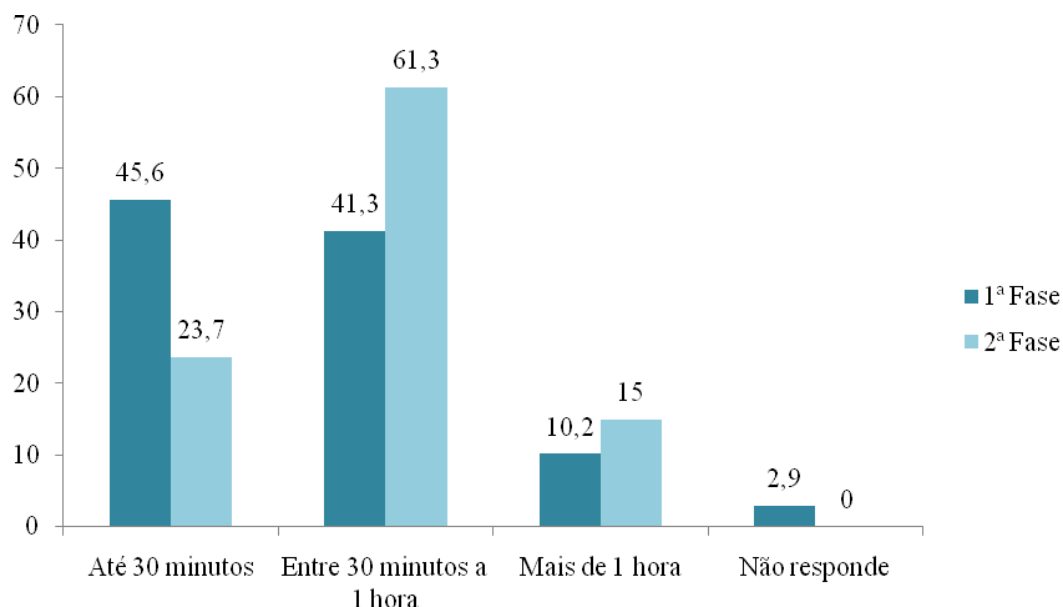
Nota: Base 379 questionários válidos

- Duração da visita por Fases

Confrontando ambas as fases de aplicação, enquanto na 1ª fase a maior percentagem reside numa duração da visita até 30 minutos (45,6%), na 2ª fase a grande tendência é para visitas mais prolongadas, com duração entre 30 minutos a 1 hora (61,3%).

Gráfico nº 17

Duração da Visita por Fases



Nota: Base 379 questionários válidos

Avaliação e Perspectivas

- Avaliação das condições da visita

De um conjunto de condições e aspectos particulares foi pedido aos inquiridos uma avaliação segundo uma escala de agrado que varia entre 1 (Agradou Muito) e 4 (Não Agradou). Verifica-se que as avaliações de sentido positivo são maioritárias em todos os itens, exceptuando apenas no item “Visita Guida” ao qual a resposta é predominantemente Não sabe/Não se aplica. O aspecto que mais agradou aos inquiridos prende-se principalmente com o Espaço/Arquitectura.

Quadro nº 20

Avaliação das Condições da Visita

Condições e Aspectos Particulares	Avaliação						Número de Casos
	Agradou muito	Agradou razoavelmente	Agradou pouco	Não lhe agradou	Não sabe/Não se aplica	Não Resposta	
Apresentação e organização da exposição temporária	31,1	49,1	8,4	2,6	1,3	7,4	351
Informações e explicações sobre as peças expostas	14,2	43,5	17,7	8,4	5,0	11,1	337
Visita guiada	1,6	1,8	2,1	0,8	52,8	40,9	224
Horário do Museu	27,7	32,7	7,9	2,9	10,8	17,9	311
Espaço/Arquitectura do edifício	51,5	30,9	5,0	1,3	1,1	10,3	340
Conforto oferecido	24,0	46,7	12,1	2,4	0,8	14,0	326
Acolhimento por parte do pessoal do Museu	35,1	39,6	8,4	3,7	1,8	11,3	336
O ambiente geral do Museu	31,7	46,4	10,6	1,3	0,5	9,5	343
Total Número de Casos							379

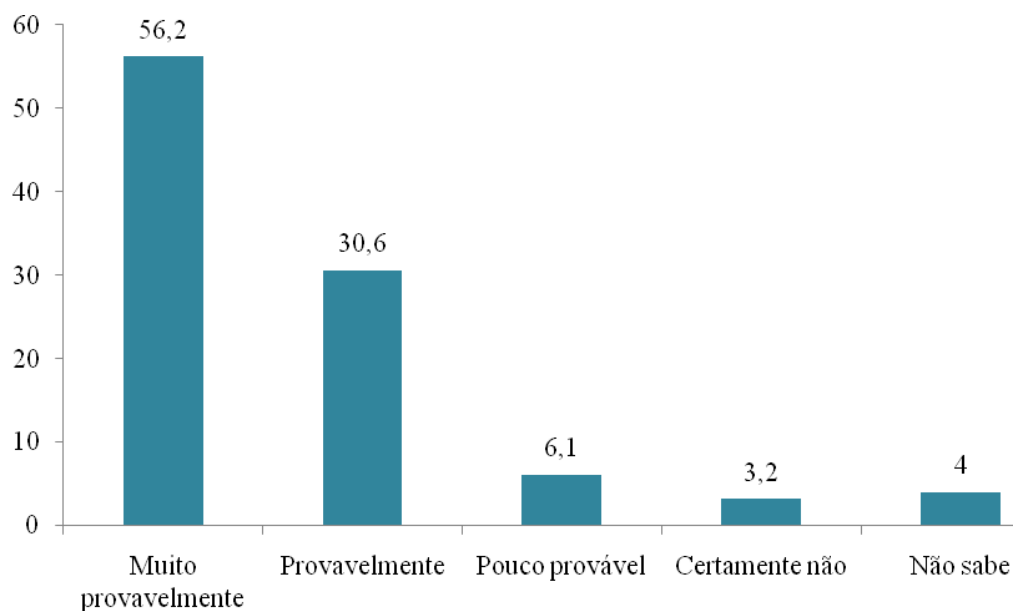
Nota: Percentagem em Linha.

- Intenção de voltar a visitar o museu

Na intenção de regresso dos visitantes, verifica-se que a resposta “Muito Provavelmente” é predominante, com 56,2%.

Gráfico nº 18

Intenção de Voltar a Visitar o Museu



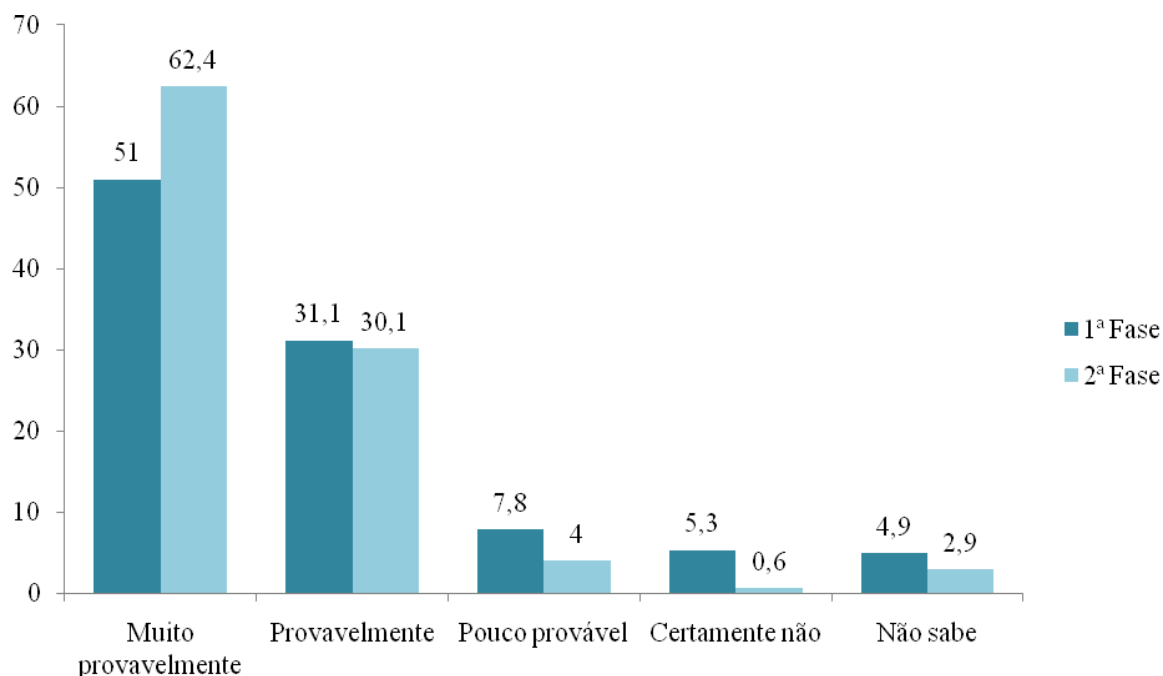
Nota: Base 379 questionários válidos

- Intenção de voltar a visitar o museu por Fases

Entre fases verifica-se que a grande percentagem mantém-se no “Muito Provavelmente” no entanto é de notar uma maior percentagem na 2ª fase (62,4%).

Gráfico nº 19

Intenção de Voltar a Visitar o Museu por Fases



Nota: Base 379 questionários válidos

Práticas

- Visita a museus em Portugal

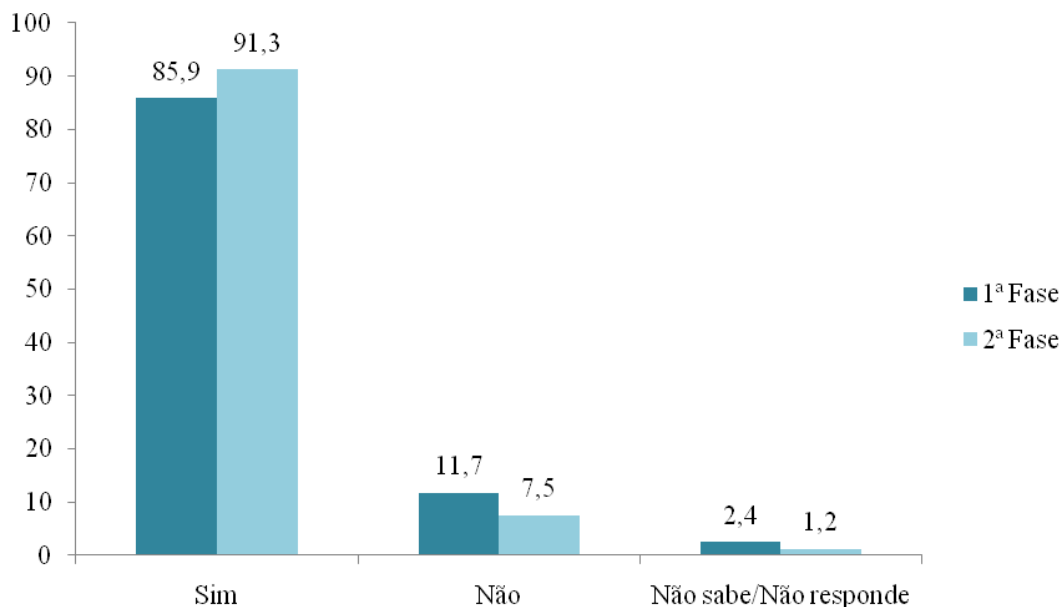
Na caracterização do comportamento do consumo cultural dos inquiridos, as práticas culturais relativas à visita de Museus ou Monumentos em Portugal, a grande maioria afirma ter visitado, nos últimos doze meses, pelo menos um museu ou monumento em Portugal (88,4%).

- Visita a museus em Portugal por Fases

O mesmo se denota por fases, sendo, no entanto, de salientar uma percentagem maior na 2ª fase com 91,3%.

Gráfico nº 20

Visita a Museus e Monumentos em Portugal por Fases



Nota: Base 379 questionários válidos

- Museus mais referidos em Portugal

Foi solicitado ao inquirido que referisse o nome e a localidade, no máximo, de três equipamentos que tivesse frequentado nos últimos 12 meses. Foram contabilizadas 636 referências, correspondentes a 85 museus ou monumentos visitados. O Quadro nº 21 apresenta o nome, localização geográfica e tipo (museu ou monumento) mais referidos por parte dos inquiridos. As entidades museológicas apresentadas no Quadro nº 21 representam 56,1% do total de referências, variando as percentagens entre os 11,8% do Museu Nacional de Arte Antiga - MNAA (o mais referido por parte dos inquiridos) e os 5,5% do Museu do Design e da Moda - MUDE. A maioria delas localiza-se geograficamente no concelho de Lisboa, mas também no do Porto. Quanto ao tipo de entidade verifica-se a existência do mesmo número de museus e de monumentos.

Quadro nº 21

Museus Mais Referidos em Portugal

Nome do Museu ou Monumento	Concelho	Tipo	Percentagem
CCB	Lisboa	Monumento	10,4
FCG	Lisboa	Monumento	10,8
MNAA	Lisboa	Museu	11,8
MUDE	Lisboa	Museu	5,5
Museu Colecção Berardo	Lisboa	Museu	10,7
Serralves	Porto	Monumento	6,9
Total			56,1

- Visita a museus fora de Portugal

A mesma tendência se verifica na visita a museus ou monumentos fora de Portugal, apesar de uma percentagem menor da prática cultural (56,7%) em relação às visitas feitas em Portugal (88,4%). Ao se comparar por fases, a tendência mantém-se, com percentagens aproximadas entre fases.

- Museus mais referidos fora de Portugal

Foi solicitado, também, ao inquirido que referisse o nome e a localidade, no máximo, de três equipamentos que tivesse frequentado nos últimos 12 meses fora de Portugal. Foram contabilizadas 244 referências, correspondentes a 86 museus ou monumentos visitados. O Quadro nº 22 apresenta o nome, localização geográfica e tipo (museu ou monumento) mais referidos por parte dos inquiridos. As entidades museológicas apresentadas no Quadro nº 22 representam 39,8% do total de referências, variando as percentagens entre os 10,7% do Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia (o mais referido por parte dos inquiridos) e os 3,7% do Centre Pompidou e do Tate Modern. A maioria delas localiza-se geograficamente no país de Espanha, mas também no de França. Quanto ao tipo de entidade verifica-se unicamente a existência de museus.

Quadro nº 22

Museus Mais Referidos Fora de Portugal

Nome do Museu ou Monumento	Localidade	País	Tipo	Percentagem
Centre Pompidou	Paris	França	Museu	3,7
Louvre	Paris	França	Museu	6,1
Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía	Madrid	Espanha	Museu	10,7
Museo Nacional del Prado	Madrid	Espanha	Museu	9,8
Museo Thyssen-Bornemisza	Madrid	Espanha	Museu	5,7
Tate Modern	Londres	Inglaterra	Museu	3,7
Total				39,8

- Frequência nacional e internacional de museus

De forma a se perceber o grau de frequência dos inquiridos, cruzou-se as respostas dadas às perguntas sobre visita a museus ou monumentos em Portugal e no estrangeiro. Deste modo, constata-se que 52,8% responderam positivamente a ambas, ou seja, que nos últimos doze meses visitaram museus ou monumentos em Portugal e no estrangeiro, e 33% negativamente relativamente a visitas fora de Portugal.

Quadro nº 23

Frequência Nacional e Internacional de Museus

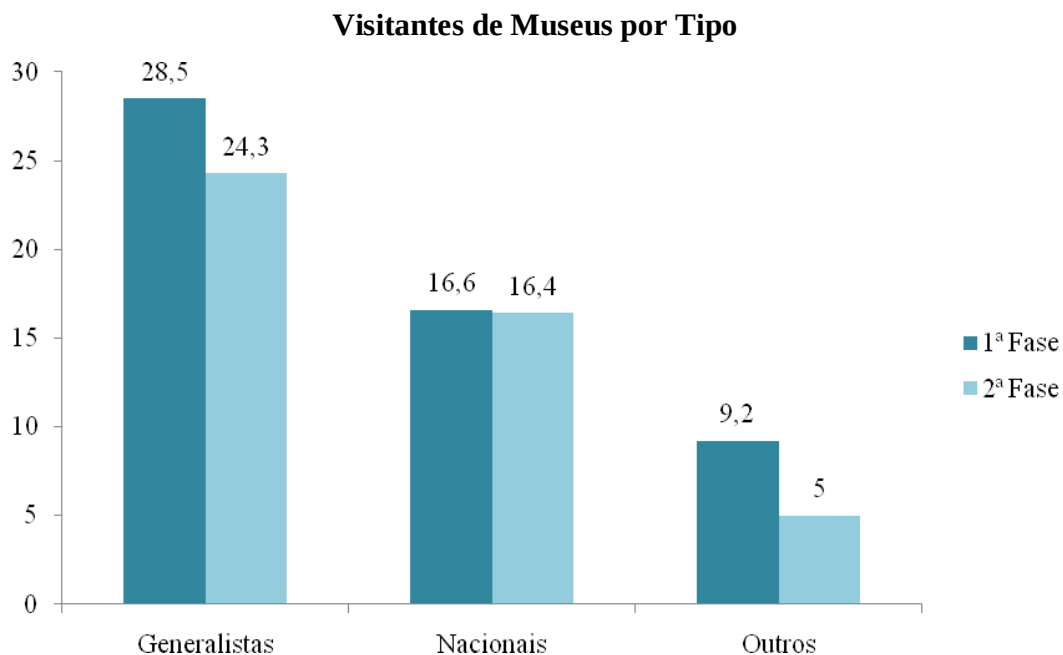
		Visita a Museus ou Monumentos Fora de Portugal			Total
		Sim	Não	Não sabe/Não responde	
Visita a Museus ou Monumentos em Portugal	Sim	52,8	33,0	2,6	88,4
	Não	3,4	6,1	0,3	9,8
	Não sabe/Não responde	0,5	1,1	0,3	1,8
Total		56,7	40,1	3,2	100,0

Nota: Base 379 questionários válidos

- Categorias de visitantes de acordo com a frequência nacional e internacional de museus

A partir dos dados analisados anteriormente, criou-se uma nova variável de forma a categorizar os visitantes segundo a frequência de museus ao nível nacional e internacional. Constatou-se que tanto na 1ª (28,5%) como na 2ª fase (24,3%) os visitantes são mais generalistas (visitaram tanto museus nacionais como internacionais).

Gráfico nº 21



- Frequência de museus de arte contemporânea

De forma a verificar-se a frequência de museus de arte contemporânea, pediu-se aos inquiridos que indicassem, a partir de uma lista pré-estabelecida dos principais museus de arte contemporânea em Portugal e Espanha, a sua frequência (visita) e conhecimento (conhece mas não visitou; não conhece). Sendo assim, verificou-se que os museus mais visitados de arte contemporânea foram os seguintes: Museu Fundação Serralves (62,5%); Museu Coleção Berardo (79,7%); Centro de Arte Moderna da Fundação Gulbenkian (81,8%), em Portugal, e Museu Nacional de Arte Reina Sofia (47,5%), em Espanha. O museu mais conhecido, mas não visitado, em Espanha é o Museu Guggenheim de Bilbao (43%), e em Portugal o Museu de Arte Contemporânea de Elvas (23%). Relativamente ao desconhecimento dos museus listados de

Espanha, 59,9% afirma não conhecer o Museu de Arte Contemporânea de Badajoz, e em Portugal o maior desconhecimento prende-se com o Museu de Arte Contemporânea de Elvas (53,3%).

Quadro nº 24

Frequência de Museus de Arte Contemporânea

	Já visitou	Conhece mas não visitou	Não conhece	Não resposta
Museu Fundação Serralves, Porto	62,5	20,6	9,8	7,1
Museu de Arte Contemporânea de Elvas	5,3	23,0	53,3	18,5
Museu Colecção Berardo, Lisboa	79,7	12,4	2,9	5,0
Centro de Arte Moderna da Fundação Gulbenkian	81,8	11,3	2,6	4,2
Museu de Arte Contemporânea de Barcelona	29,8	29,0	25,9	15,3
Museu Nacional de Arte Reina Sofia, Madrid	47,5	21,4	21,6	9,5
Museu Guggenheim de Bilbao	21,1	43,0	21,1	14,8
Centro Galego de Arte Contemporânea	7,9	19,0	54,9	18,2
Museu de Arte Contemporânea de Vigo	5,5	20,1	56,7	17,7
Museu de Arte Contemporânea de Badajoz	5,5	16,9	59,9	17,7
			Total	379

Nota: Percentagem em Linha.

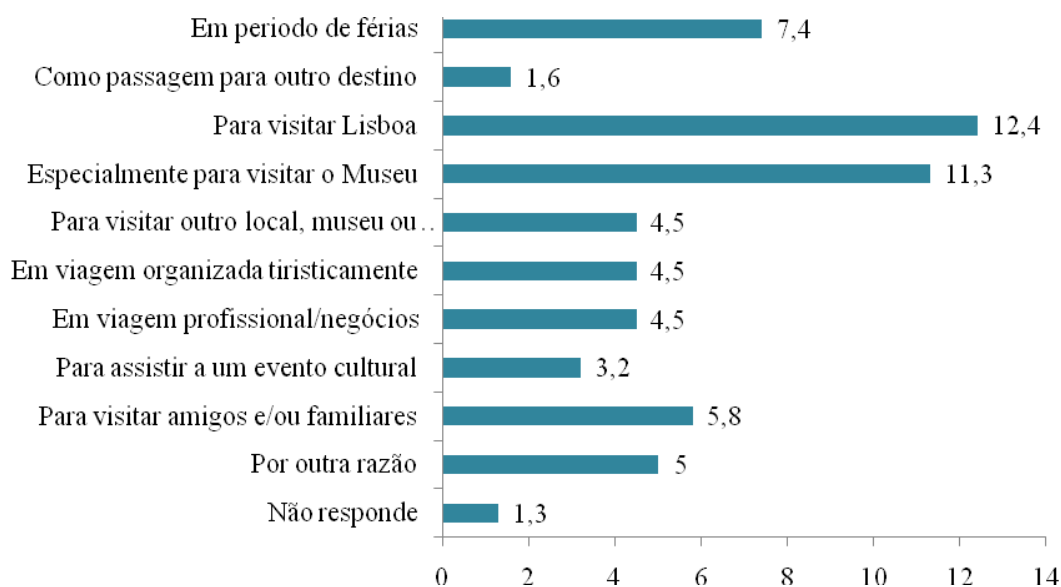
Motivos

- Motivos da visita a Lisboa

Aos visitantes do Museu, não residentes no concelho de Lisboa, foi pedido que indicassem o principal motivo da sua visita a Lisboa, sendo que a grande percentagem prende-se com “Visitar Lisboa” (12,4%) seguido de “Especialmente para visitar o Museu” (11,3%).

Gráfico nº 22

Motivos da Visita a Lisboa



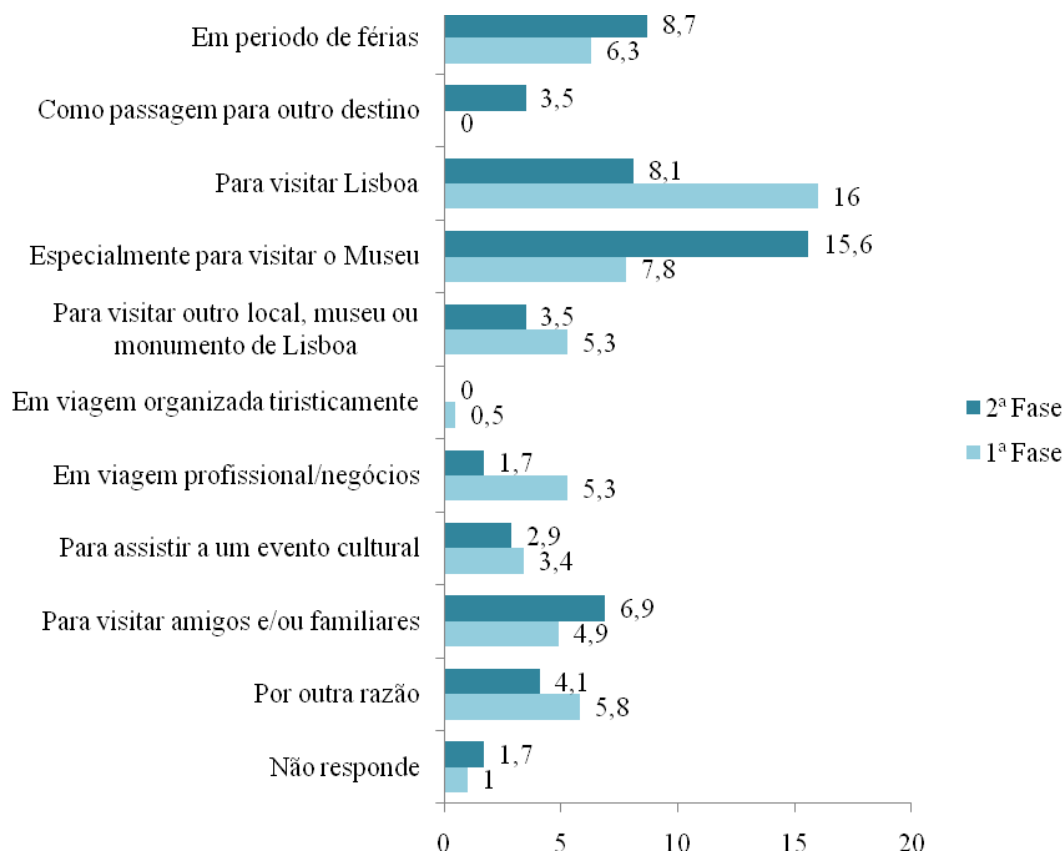
Nota: Os dados resultam de uma pergunta de resposta múltipla.

- Motivos da visita a Lisboa por Fases

Por fases, é de salientar o factor que a maior percentagem dos inquiridos na 2ª fase referiu “Especialmente para visitar o Museu” (15,6%), enquanto na 1ª fase a grande percentagem situa-se no motivo “Visitar Lisboa” (16%).

Gráfico nº 23

Motivos da Visita a Lisboa por Fases



Nota: Os dados resultam de uma pergunta de resposta múltipla.

Apreciação/Avaliação

- Sugestões sobre o museu e a exposição

No final do questionário foi solicitado ao inquirido, caso pretende-se, deixar as suas sugestões sobre o museu e a exposição, tendo sido contabilizados 143 casos. Para fazer uma análise das suas respostas foi necessário criar categorias por tipo de sugestão/comentário de forma a identificá-las quanto ao seu conteúdo e ao tipo de apreciação (negativa, positiva ou apenas sugestão). Ao nível global do período de aplicação do inquérito, verificou-se que grande parte dos comentários negativos são acerca da exposição (35,4%) e dos serviços (25,3%), os de carácter positivo são maioritariamente sobre a exposição (85,2%), sendo que as sugestões se incidem mais sobre o espaço (21,6%) e a exposição (21,6%).

Quadro nº 25

Sugestões sobre o Museu e a Exposição

Categorias	Avaliação		
	Negativo	Positivo	Sugestão
Divulgação	2,5	0,0	5,4
Espaço	7,6	11,1	21,6
Exposição	35,4	85,2	21,6
Funcionários	6,3	3,7	0,0
Informação	17,7	0,0	18,9
Normas	5,1	0,0	18,9
Serviços	25,3	0,0	13,5
		Total	143

Nota: Percentagem em Coluna.

- Sugestões sobre o museu e a exposição por fases

Por fases verifica-se que na 1ª fase (contabilizados 66 casos) a maioria dos comentários, tanto ao nível negativo (31,7%), positivo (72,7%) e sugestão (28,6%), são acerca da exposição. Sendo também de destacar os comentários de carácter negativo acerca dos serviços, com 26,8%, e acerca da informação (24,4%). Na 2ª fase (contabilizados 77 casos) a maioria salienta os aspectos negativos (39,5%) e positivos (93,8%) da exposição, sendo, também, de destacar os comentários de carácter de sugestão acerca da informação (26,1%) e os de carácter negativo acerca dos serviços (23,7%).

Quadro nº 26

Sugestões sobre o Museu e a Exposição por Fases

Fases	Categorias	Avaliação		
		Negativo	Positivo	Sugestão
1ª Fase	Divulgação	4,9	0,0	7,1
	Espaço	2,4	18,2	21,4
	Exposição	31,7	72,7	28,6
	Funcionários	9,8	9,1	0,0
	Informação	24,4	0,0	7,1
	Normas	0,0	0,0	14,3
	Serviços	26,8	0,0	21,4
	Total			66
2ª Fase	Divulgação	0,0	0,0	4,3
	Espaço	13,2	6,3	21,7
	Exposição	39,5	93,8	17,4
	Funcionários	2,6	0,0	0,0
	Informação	10,5	0,0	26,1
	Normas	10,5	0,0	21,7
	Serviços	23,7	0,0	8,7
	Total			77

Nota: Percentagem em Coluna por fase.

CONCLUSÃO

A finalizar, relembra-se o objectivo deste estudo que tem como intuito contribuir para o conhecimento dos públicos dos museus em Portugal, mais concretamente dos museus de arte contemporânea, quanto aos perfis, práticas culturais, visitas e relação com os museus, tal como a comparação do perfil dos públicos de museus de arte contemporânea com as características existentes dos públicos dos museus em geral (aproximações e/ou divergências), dando como ilustrativo o caso do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado. Para tal, os principais aspectos de análise, que coincidem com a estrutura expositiva adoptada no presente trabalho, foram: Museus e Públicos de Museus (contextualização geral tendo em consideração os aspectos particulares relativos aos de arte [contemporânea]); Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado (contextualização particular); Inquérito aos Públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado (resultados).

Pretendeu-se demonstrar toda a contextualização que influi no que consideramos hoje um museu e mais especificamente um museu de arte contemporânea, desde as suas mutações conceptuais às lógicas e processos da modernidade (globalização) onde se inserem, de forma a permitir a compreensão do relacionamento com os públicos da cultura, em geral, e dos museus, em particular. Procurou-se lançar mais um debate sobre os museus e seus públicos, numa perspectiva em como estes podem ser vistos como parte integrante da construção e valorização cultural, demonstrando dinâmicas que os museus não devem ignorar, devendo adoptar novas estratégias para a sua constante reestruturação num mundo globalizado e contemporâneo. Falar de museus, hoje em dia, é falar de mediações, relações, contextos, de projectos abertos sempre em constante mutação e redefinição seguindo as dinâmicas culturais e sociais, dos seus públicos ou potências públicos, em toda a sua complexidade. Os museus são instituições que podem e devem fazer parte da construção identitária dos sujeitos e contribuir para um novo entendimento cultural e social da sociedade local e global – o museu enquanto dispositivo crítico e produtivo, de carácter híbrido. Deve, também, permitir novas leituras, novos discursos tal como a emergência de novas práticas culturais de forma a contribuir para uma memória viva e a produção de imaginários (individual ou colectivo), criando novas possibilidades e subjectividades, permitindo, assim, um alargamento dos seus públicos (mutáveis), e consequentemente das suas experiências, alcançando o seu objectivo democrático. Os museus de arte contemporânea, enquanto subtipo de museus de arte, possuem características próprias ao nível da sua contextualização (histórica, social e cultural)

e dos seus públicos, conforme demonstrado no ponto 1.2. De forma a verificar as suas particularidades, devido à inexistência de estudos sobre os públicos dos museus de arte contemporânea, recorreu-se ao estudo de caso do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado, visto se tratar do único museu em Portugal de carácter nacional deste subtipo de museus. A colecção do museu é uma referência da arte moderna e contemporânea portuguesa, como a única colecção que abrange a segunda metade do século XIX, todo o século XX e algumas pontuações dos primeiros anos do século XXI. No momento do estudo, o museu sofreu uma alteração de direcção, encontrava-se com a cafetaria encerrada e ainda com problemas ao nível do espaço tanto ao nível do seu alargamento, que ainda é aguardado, como ao nível da sua conservação. Estes aspectos reflectem, em parte, não só as dificuldades na aplicação do questionário, tal como nos resultados obtidos. Contudo, o número significativo de questionários recolhidos é bastante positivo, de 453 foram validados 379 questionários, o que representa 83,6% dos recolhidos.

Quanto às dimensões de análise, estas remetem para questões da procura deste equipamento, ou seja, das práticas e hábitos culturais de uma dada população no que diz respeito à frequência deste tipo de museus; dos perfis sociográficos dos seus frequentadores (sexo, idade, nacionalidade, nível de escolaridade, profissão, etc.); entre outros aspectos. De acordo com os resultados obtidos no inquérito, o perfil do visitante do equipamento em análise caracteriza-se como sendo maioritariamente do sexo feminino, solteiros e com idade entre os 25 e os 34 anos. Em relação à residência a grande maioria mora na região de Lisboa, sendo de destacar o concelho de Lisboa. No que diz respeito ao nível de escolaridade, 68,9% do total dos inquiridos afirma ter um nível de instrução superior (Pós Secundário), nas idades compreendidas entre os 25 e os 34 anos. Considerando o grupo ocupacional, 58,6% dos inquiridos desempenham uma profissão, evidenciando-se deste conjunto os Profissionais Intelectuais e Científicos. No grupo de inquiridos não activos, que representam 39,8% do total, interessa destacar o peso significativo dos Estudantes e dos Reformados/Aposentados. Quanto ao grupo socioprofissional, mais de metade pertencem à categoria Profissionais Técnicos de Enquadramento (PTE), seguido da categoria Empresários, Dirigentes e Profissionais Liberais (EDL). Em relação/comparação com outros estudos de públicos de museus verifica-se que existem características transversais que no geral demonstram tendências de certa forma regulares, em que as características demográficas dos visitantes dos museus são relativamente estáveis, demonstrando uma diminuição de frequência de

museus e exposições com o avanço da idade, que com o aumento do nível escolar aumenta também o hábito e frequência, que são as mulheres a percentagem maior de visitantes. No que diz respeito às práticas e hábitos culturais, de uma dada população, relativamente à frequência deste tipo de museus, verifica-se que os museus e/ou monumentos mais visitados, nos últimos doze meses, tanto em Portugal como no estrangeiro são maioritariamente do tipo de museus de arte (Portugal: MNAA – Museu Nacional de Arte Antiga, Museu Coleção Berardo, FCG – Fundação Gulbenkian, CCB – Centro Cultural de Belém; Estrangeiro: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía) verificou-se, também, que da lista apresentada de museus de arte contemporânea as maiores percentagens apontam para a sua visita efectiva, o que demonstra um público conhecedor e interessado no âmbito desta área temática específica.

Tendo em conta a análise de resultados para cada exposição, verificou-se que as principais diferenças são: na primeira fase (“David Claerbout – Festival Temps D’Images 2009”) um público mais jovem, actual (de acordo com a data da última visita) e com uma frequência de museus mais generalista; na segunda fase (“Um Percurso, Dois Sentidos”) um público com idade mais avançada, antigo (de acordo com a data da última visita), com uma duração de visita mais prolongada, com uma intenção de voltar maior e que veio especialmente para visitar o museu. Diferentes exposições, mesmo que realizadas num mesmo museu, têm, portanto, impactos diferentes do ponto de vista dos públicos.

Para finalizar, os resultados de caracterização dos públicos do museu confirmam, por um lado, resultados de estudos anteriores quanto à importância de certos indicadores sociográficos, por outro, ajudam a perceber a existência de diferentes perfis de públicos consoante a iniciativa que se estuda e quando confrontados com outros estudos referentes a outros equipamentos e/ou iniciativas. O mais importante, a salientar, reside na formulação de uma estratégia de desenvolvimento adaptada, por parte dos responsáveis de um museu ou instituição cultural, para a qual os estudos de públicos podem contribuir, permitindo, também, medir os efeitos sobre os públicos aquando de uma modificação na oferta ou na sua mediação. Ou seja, o conhecimento das características dos públicos de determinado museu é uma importante ferramenta para tomada de decisões por parte dos seus responsáveis possibilitando o melhoramento da oferta de forma adaptada e por conseguinte uma resposta positiva por parte dos visitantes.

BIBLIOGRAFIA

- ALMEIDA**, Bernardo Pinto de (2002), *Transição – Ciclopes, Mutantes, Apocalípticos – a nova paisagem artística no final do século XX*, Lisboa: Assírio & Alvim
- ABREU**, João Pedro (2002), *Museus, comunicação e identidade visual: para uma análise e caracterização da comunidade dos museus portugueses*, Lisboa: Tese de Mestrado ISCTE
- AAVV** (2004), *Públicos da Cultura*, Lisboa: Observatório das Actividades Culturais
- AUGÉ**, Marc (2007), *Não-Lugares – Introdução a uma antropologia da sobremodernidade*, Lisboa: Editora 90º
- AAVV** (1992), *Museums and communities: the politics of public culture*, Washington: Smithsonian Institution Press
- BENNETT**, Tony (1995), *The birth of the museum: history, theory, politics*, Londres: Routledge
- CHAGAS**, Mário de Souza (2002), *Memória e Poder: Dois movimentos*, Cadernos de Sociomuseologia, nº19, Lisboa: ULHT
- BOURDIEU**, Pierre (2003), *Questões da Sociologia*, Lisboa: Fim de Século
- BOURDIEU**, Pierre e Alain **DARBEL** (1997 [1969]), *Love of Art – European Art Museums and their Public*, Cambridge e Malden: Polity Press
- CONDE**, Idalina (1992), *Percepção Estética e Públicos da Cultura*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- CONDE**, Idalina (2008), *Contrasting Narratives: Art and culture in the public sphere*, nº 56, Lisboa: CIES
- CONDE**, Idalina (2009), *Arte e Poder*, nº 62, Lisboa: CIES
- CONDE**, Idalina (2003), *Desordem e arte contra a cultura*, em REBELO, José (coord.), *Novas formas de mobilização popular*, Porto: Campo das Letras
- COSTA**, António Firmino da (2004), *Dos Públicos da Cultura aos modos de relação com a cultura*, em AAVV (2004), *Públicos da Cultura*, Lisboa: Observatório das Actividades Culturais
- COSTA**, António Firmino da (1999), *Sociedade de Bairro: Dinâmicas Sociais da Identidade Cultural*, Oeiras: Celta
- CRARY**, Jonathan (1990-1994), *Techniques of the Observer – On vision and modernity in the nineteenth century*, Cambridge: MIT Press

- DIMAGGIO**, Paul (1996), *Are art-museum visitors different from other people? The relationship between attendance and social and political attitudes in the United States*, em *Museum Research*, Poetics, nº 24, Amesterdão: Elsevier
- DONNAT**, Olivier e **TOLILA**, Paul (coord.) (2003), *Le(s) Public(s) de la Culture*, Paris: Presses de Sciences Politiques
- ECO**, Umberto (2009), *Obra Aberta*, Lisboa: Difel
- FALK** e **DIERKING**, John H. e Lynn D. (1998), *The Museum Experience*, Washington: Howells House
- GIDDENS**, Anthony (1994), *Modernidade e Identidade Pessoal*, Oeiras: Celta
- GOMES**, Rui Telmo (2004), *A distinção banalizada? Perfis sociais dos públicos da cultura*, em AAVV (2004), *Públicos da Cultura*, Lisboa: Observatório das Actividades Culturais
- HERNÁNDEZ**, Francisca (1998), *El museo como espacio de comunicación*, Gijón: Ediciones Trea
- HOOD**, Marylin (1993), *After 70 years of audience research, what have we learned? Who comes to museums, who does not, and why?*, Visitor Studies: Theory, Research, and Practice, Vol. 5, Alabama: The Visitor Studies Association
- HOOD**, Marylin (2004), *Staying Away: Why People Choose Not to Visit Museums*, em ANDERSON, Gail, *Reinventing the Museum: Historical and Contemporary Perspectives on the Paradigm Shift*, Cap. XVII, California: Rowman Altamira
- HOOPER-GREENHILL**, Eilean (2000[1994]), *Museums and their Visitors*, Londres e Nova Iorque: Routledge
- JULIÃO**, Letícia (2000), *Apontamentos sobre a História do Museu*, em http://www.museus.gov.br/downloads/cademodiretrizes_segundaparte.pdf
- KAPLAN**, Flora [ed] (1994), *Museums and the making of "ourselves": the role of objects in national identity*, Londres e Nova Iorque: Leicester University Press
- KARP**, Ivan [ed] (2006), *Museum frictions: public cultures-global transformations*, Durham: Duke University Press
- KELLY**, Lynda (2002), *Who visits museums?*, AMARC, em <http://australianmuseum.net.au/Audience-Research>

- LIRA**, Sérgio (1998), *Os Museus e o conceito de Património: a peça de museu no Portugal do Estado Novo*, em <http://www2.ufp.pt/~slira/artigos/osmuseuseoconceitodepatrimonioamarante.htm>
- LIRA**, Sérgio (2000), *Funções ideológicas dos museus portugueses: uma herança cultural*, em <http://www2.ufp.pt/~slira/artigos/vicongressodeculturaeuropeiapamplona.htm>
- LOPES**, João Teixeira (2004), *Experiência Estética e Formação de Públicos*, em AAVV (2004), *Públicos da Cultura*, Lisboa: Observatório das Actividades Culturais
- LORENTE**, J. Pedro (2008), *Los Museos de arte contemporáneo – Noción y desarrollo histórico*, Gijón: Ediciones Trea
- MAGALHÃES**, Fernando (2005), *Museus, património e identidade: ritualidade, educação, conservação, pesquisa, exposição*, Porto: Profedições
- MALRAUX**, André (2000), *O Museu Imaginário*, Colecção Arte & Comunicação, Lisboa: Edições 70
- MARTINS**, Maria Helena Pires (1999), *Ecomuseu*, em COELHO, Teixeira (1999), *Dicionário crítico de política cultural*, São Paulo: Fapesp/Iluminuras
- MELO**, Alexandre (2002), *Globalização Cultural*, [S.I.]: Quimera
- MELO**, Alexandre (2001), *O que é a Arte?*, [S.I.]: Quimera
- MESSAGE**, Kylie (2006), *New museums and the making of culture*, Oxford: Berg
- NEVES**, José Soares (2004), *Constituição de redes de equipamentos e seus impactos: o caso da rede portuguesa de museus*, em AAVV (2004), *Públicos da Cultura*, Lisboa: Observatório das Actividades Culturais
- NEVES**, José Soares, *Museus em Portugal: Elementos para uma caracterização*, em http://www.aps.pt/cms/docs_prv/docs/DPR462df95cb4b1d_1.PDF
- NEVES**, José Soares, **SANTOS**, Jorge Alves dos, **NUNES**, Joana Saldanha (2008), *Os museus em Portugal: políticas publicas e dinâmicas do sector em Portugal nos anos mais recentes*, VI Congresso Português de Sociologia, Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, em <http://www.aps.pt/vicongresso/pdfs/768.pdf>
- PIMENTEL**, Cristina (2005), *O sistema museológico português (1833-1991): em direcção a um novo modelo teórico para o seu estudo*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- SANTOS**, Helena (2008), *Públicos Culturais: algumas notas com museus em fundo*, Museologia.PT, nº 2, Lisboa: Instituto dos Museus e da Conservação

- SANTOS**, Jorge Alves dos e **NEVES**, José Soares (2005), *Os Museus Municipais de Cascais*, Lisboa: Observatório das Actividades Culturais
- SANTOS**, Maria de Lourdes Lima dos (1994), *Cultura, aura e mercado*, em MELO, Alexandre, *Arte e Dinheiro*, Lisboa: Assírio & Alvim
- SANTOS**, Maria de Lourdes Lima dos (coord.), **GOMES**, Rui Telmo, **NEVES**, José Soares, **LIMA**, Maria João, **LOURENÇO**, Vanda, **MARTINHO**, Teresa Duarte e **SANTOS**, Jorge Alves dos (2002), *Públicos do Porto 2001*, Obs Pesquisas nº 11, Lisboa: Observatório das Actividades Culturais
- SANTOS**, Maria de Lourdes Lima dos (2004), *Apresentação*, em AAVV (2004), *Públicos da Cultura*, Lisboa: Observatório das Actividades Culturais
- SANTOS**, Maria de Lourdes Lima dos (coord.), **NEVES**, José Soares, **SANTOS**, Jorge Alves dos e **NUNES**, Joana Saldanha (2005), *Panorama museológico em Portugal [2000-2003]*, Lisboa: Observatório das Actividades Culturais & Instituto Português dos Museus
- SANTOS**, Maria Célia (2000), *Museu e Comunidade: uma relação necessária*, em http://tercud.ulusofona.pt/Publicacoes/2000/SantosMCTM_Text.pdf
- SILVA**, Raquel Henriques da, **LAPA**, Pedro e **SILVEIRA**, Maria de Aires (coord.) (1994), *Museu do Chiado: Arte Portuguesa, 1850-1950*, Lisboa: Instituto Português de Museus, Museu do Chiado
- TUCHERMAN** e **CAVALCANTI**, Ieda e Cecília (2009), *Museus: Dispositivos de Curiosidade*, em <http://www.scribd.com/doc/15072219/Museu-Dispositivos-de-Curiosidade>
- WALSH**, Kevin (1992-1995), *The representation of the past: museums and heritage in the post-modern world*, Londres e Nova Iorque: Routledge
- WATSON**, Sheila [ed] (2007), *Museums and their communities*, Londres e Nova Iorque: Routledge

ANEXOS

Anexo A

Questionário da Aplicação no Museu

INQUÉRITO AOS PÚBLICOS DO MUSEU DO CHIADO - MUSEU NACIONAL DE ARTE CONTEMPORÂNEA

A preencher pelo funcionário

Questionário nº Data / / 2010

No âmbito de uma tese de mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação do ISCTE – IUL (Instituto Universitário de Lisboa) está a decorrer um Inquérito aos públicos do Museu do Chiado – Museu Nacional de Arte Contemporânea. Agradecemos a sua disponibilidade para o preenchimento deste questionário, (imprescindível à concretização do estudo), que apenas lhe tomará alguns minutos. As respostas são anónimas. Para responder à maioria das perguntas, basta fazer uma cruz por cima do número correspondente à(s) opção(ões) que considera mais correcta(s), conforme o seguinte exemplo:

P.1 – Já alguma vez tinha visitado este Museu?	
Sim	☒ 1
Não	☐ 2

Depois de preenchido, por favor deposite o questionário na caixa existente para o efeito na bilheteira. Muito Obrigada!

P.1 – Já alguma vez tinha visitado este Museu? (excluindo a visita de hoje)

Sim	☐ 1	Passar à P.2
Não	☐ 2	
Não sabe/Não responde	☐ 99	

P.1.1 – Quando foi a última vez que o visitou?

Menos de 3 meses	☐ 1
Menos de 6 meses	☐ 2
Entre 6 meses a 1 ano	☐ 3
Entre 1 a 5 anos	☐ 4
Mais de 5 anos	☐ 5
Não sabe / Não responde	☐ 99

P.2 – Com quem veio visitar o Museu hoje? (pode assinalar mais do que uma opção)

Sozinho(a)	☐ 1
Com cônjuge/companheiro(a)/namorado(a)	☐ 2
Com filho(s)	☐ 3
Com pai/mãe	☐ 4
Com outros familiares	☐ 5
Com amigos	☐ 6
Com colegas	☐ 7
Com um grupo organizado	☐ 8
Quem organiza?	☐ 9
Não responde	☐ 99

P.2.1 – Se veio acompanhado, indique com quantas pessoas:

P.2.2 – Se veio com crianças, indique se já participaram em alguma actividade organizada pelo Museu:

Sim	☐ 1
Não	☐ 2
Não sabe	☐ 99

P.3 – Que meio de transporte utilizou, hoje, para se deslocar ao Museu? (uma só resposta)

A pé	☐ 1
Veículo particular	☐ 2
Autocarro	☐ 3
Metro	☐ 4
Autocarro de Turismo	☐ 5
Comboio	☐ 6
Outro meio de Transporte	☐ 7
Não responde	☐ 99

P.4 – Há quanto tempo é que conhece a existência do Museu?

Apenas hoje	☐ 1
Há menos de 1 ano	☐ 2
Há mais de 1 ano	☐ 3
Não sabe	☐ 99

P.5 – Através de que meio(s) teve conhecimento da sua existência? (pode assinalar mais do que uma opção)

Amigos	☐ 1
Familiares	☐ 2
Professores	☐ 3
Folheto/desdobrável do Museu	☐ 4
Agenda Cultural	☐ 5
Guia Turístico	☐ 6
Placas indicativas na cidade (sinalética)	☐ 7
Agência de viagens ou posto de turismo	☐ 8
Imprensa (jornais e revistas)	☐ 9
Rádio	☐ 10
Televisão	☐ 11
Internet	☐ 12
Outro(s) Meio(s)	☐ 13
Quais?	☐ 14
Não responde	☐ 99

Vire a página, por favor **1**

P.6 – Quais as principais razões que o/a levaram a decidir vir hoje ao Museu? (pode assinalar mais do que uma opção)

- Visitar o Museu pela primeira vez 1
- Ver o Museu novamente 2
- Ver uma exposição temporária 3
- Para participar/assistir a outra actividade do Museu 4
- Enquadrado na visita a outro(s) local(s), monumento(s) ou museu(s) 5
- No âmbito da sua formação ou profissão 6
- Ocupação do tempo livre 7
- Outra razão 8
- Qual?
- Não responde 99

P.7 – Qual foi a duração da visita hoje?

- Até 30 minutos 1
- Entre 30 minutos a 1 hora 2
- Mais de 1 hora 3
- Não responde 99

P.8 – Relativamente a cada um dos aspectos abaixo referidos, indique se lhe agradou muito, razoavelmente, pouco ou não lhe agradou.

	Agradou muito	Agradou razoavelmente	Agradou pouco	Não lhe agradou	Não sabe / Não se aplica
Apresentação e organização da exposição temporária	1	2	3	4	99
Informações e explicações sobre as peças expostas	1	2	3	4	99
Visita guiada	1	2	3	4	99
Horário do Museu	1	2	3	4	99
Espaço/Arquitectura do edifício	1	2	3	4	99
Conforto oferecido	1	2	3	4	99
Acolhimento por parte do pessoal do Museu	1	2	3	4	99
O ambiente geral do Museu	1	2	3	4	99

P.9 – Pensa voltar a visitar o Museu novamente?

- Muito provavelmente 1
- Provavelmente 2
- Pouco Provável 3
- Certamente não 4
- Não sabe 99

P.10 – Nos últimos 12 meses visitou algum(s) museu(s) em Portugal?

- Sim 1
- Não 2 Passar à P.11
- Não sabe/Não responde 99

P.10.1 – Se sim, refira o nome e localidade até 3 casos:

.....

.....

.....

P.11 – Nos últimos 12 meses visitou algum(s) museu(s) fora de Portugal?

- Sim 1
- Não 2 Passar à P.12
- Não sabe/Não responde 99

P.11.1 – Se sim, refira o nome e localidade até 3 casos:

.....

.....

.....

P.12 – Relativamente a cada um dos museus abaixo referidos, indique se já visitou, conhece mas não visitou ou não conhece.

	Já visitou	Conhece mas não visitou	Não conhece
Museu Fundação Serralves, Porto	1	2	3
Museu de Arte Contemporânea de Elvas	1	2	3
Museu Colecção Berardo, Lisboa	1	2	3
Centro Arte Moderna da Fundação Gulbenkian	1	2	3
Museu do Design e da Moda, Lisboa	1	2	3
Museu de Arte Contemporânea de Barcelona	1	2	3
Museu Nacional de Arte Reina Sofia, Madrid	1	2	3
Museu Guggenheim de Bilbao	1	2	3
Centro Galego de Arte Contemporânea	1	2	3
Museu de Arte Contemporânea de Vigo	1	2	3
Museu de Arte Contemporânea de Badajoz	1	2	3

P.13 – Residência Habitual:

- Concelho de Lisboa 1 Passar à P.15
- Freguesia?
- Outro concelho em Portugal 2
- Qual?
- Outro país 3
- Qual?
- Não responde 99

P.14 – Se não reside no concelho de Lisboa, em que ocasião ou com que intenção é que aqui se deslocou? (pode assinalar mais do que uma opção)

Em período de férias	1
Como passagem para outro destino	2
Para visitar Lisboa	3
Especialmente para visitar o Museu	4
Para visitar outro local, museu ou monumento de Lisboa	5
Em viagem organizada turisticamente	6
Em viagem profissional/negócios	7
Para assistir a um evento cultural	8
Para visitar amigos e/ou familiares	9
Por outra razão	10
Qual?	
Não responde	99

P.15 – Sexo

Feminino	1
Masculino	2

P.16 – Idade

_____ anos

P.17 – Nacionalidade

Portuguesa	1
Outra	2
Qual?	
Não responde	99

P.18 – Estado Civil:

Solteiro(a)	1
Casado(a)	2
União de facto	3
Viúvo(a)	4
Separado	5
Não responde	99

P.19 – Indique o nível de escolaridade mais elevado que completou:

Não completou nenhum nível	1
1º ciclo do ensino básico (4ª classe)	2
2º ciclo do ensino básico (6º ano ou antigo preparatório)	3
3º ciclo do ensino básico (9º ano ou antigo 5º ano)	4
Secundário (12º ano ou antigo 7º ano)	5
Ensino médio	6
Ensino Superior (Bacharelato e/ou Licenciatura)	7
Ensino Superior - Pós-Graduação	8
Ensino Superior - Mestrado	9
Ensino Superior - Doutoramento	10
Não responde	99

P.20 – Condição perante o trabalho:

Trabalhador conta própria <u>com</u> pessoal ao serviço	1
Trabalhador conta própria <u>sem</u> pessoal ao serviço	2
Trabalhador por conta de outrem	3
Trabalhador-Estudante	4
Estudante	5
Desempregado	6
Reformado/aposentado	7
Outra situação	8
Qual?	
Não responde	99

P.21 – Refira a sua profissão, evitando expressões generalistas como “função pública” ou “militar”, sendo o mais específico(a) possível. (Se for reformado/aposentado, indique a última profissão exercida)

P.22 – Agradecemos que deixe as sugestões que entenda sobre o Museu e a exposição que acaba de visitar:

FIM

O questionário chegou ao fim.

Depois de preenchido, por favor deposite o questionário na caixa existente para o efeito na bilheteira. Muito obrigada pela disponibilidade e tempo dispendido.

O estudo inclui uma segunda fase que contempla entrevistas a alguns visitantes. Nesse sentido, gostaríamos de poder contar consigo para um eventual contacto. Em caso afirmativo, indique nome e forma de o(a) contactar. Obrigada.

Nome e Contacto:

Anexo B

Manual de Aplicação

Método de Aplicação do Questionário

O questionário, aos visitantes do Museu do Chiado – MNAC, será aplicado aos que adquirem os respectivos bilhetes (pagos ou não), sendo necessária a colaboração do(s) funcionário(s) de bilheteira a fim de entregar o questionário, a ser preenchido pelos visitantes.

O funcionário(a) de bilheteira entregará o respectivo questionário a todos os visitantes de nacionalidade portuguesa, maiores de 15 anos e não inseridos em visita escolar, que adquiram bilhete.

Não se consideram visitantes integrados em visitas escolares. Depois da entrega do questionário, o funcionário deverá preencher numa tabela, previamente fornecida, a data, hora e o número de questionário a que corresponde.

O visitante deve ser convidado a preencher o questionário e informado de que, após o preenchimento, o questionário deverá ser depositado na caixa existente na bilheteira para esse efeito.

A aplicação do questionário irá estender-se por cerca de 2 meses, a partir de 6 de Fevereiro, incluindo fins-de-semana.

Aspectos Chave:

- Questionário aplicado em um idioma: Português;
- Entregas a todos os visitantes de nacionalidade portuguesa, maiores de 15 anos e não inseridos em visita escolar;
- Não inquirir menores de 15 anos;
- Inquirir apenas pessoas de nacionalidade portuguesa ou residentes em Portugal, que, em princípio, falam português (se não for perceptível a nacionalidade o mesmo se irá verificar na pergunta de despiste do questionário fazendo com que o mesmo fique sem efeito);
- Referir que o questionário deverá ser preenchido no final da visita;

- O preenchimento demora não mais de 10 minutos;
- O questionário deverá ser devolvido/depositado, devidamente preenchido, numa caixa existente para esse efeito;

Exemplo de abordagem ao inquirido:

“Bom dia (Boa tarde),

Agradecemos a sua colaboração no preenchimento deste questionário no fim da visita. O questionário deverá ser colocado, preenchido, aqui no balcão, onde adquiriu o seu bilhete, na caixa existente para esse efeito.

Obrigada pela colaboração.”

Procedimentos a ter em conta:

- Apenas devem ser entregues questionários aos visitantes de nacionalidade portuguesa, maiores de 15 anos e não inseridos em visita escolar;
- Se houver recusa ao preenchimento ou se não for de nacionalidade portuguesa deve-se entregar ao visitante seguinte, tomando nota do sucedido;
- Visitantes perceptivelmente estrangeiros não podem responder ao questionário.

**MODELO EUROPEU
DE CURRICULUM
VITAE**



INFORMAÇÃO PESSOAL

Nome	SIMPLÍCIO, SUSANA ISABEL DE JESUS DOS REIS SIMPLÍCIO
Morada	RUA RENATO BAPTISTA, N° 17, 2° DT°, 1150-085 LISBOA
Telefone	963329911
Website	www.susana-simplicio.com
Correio electrónico	info@susana-simplicio.com

Nacionalidade	Portuguesa
---------------	------------

Data de nascimento	18/11/1981
--------------------	------------

**EXPERIÊNCIA
PROFISSIONAL**

• Datas (de – até)	Desde Setembro 2009
• Nome e endereço do empregador	Fernandes & Silva, S.A.
• Tipo de empresa ou sector	Consultadoria
• Função ou cargo ocupado	Administrativa
• Principais actividades e responsabilidades	Assistente de Escritório, Gestão Administrativa

• Datas (de – até)	Setembro 2007 – Agosto 2008
• Nome e endereço do empregador	Musifex – Loja de Instrumentos Musicais, Lda. – Póvoa de Santo Adrião
• Tipo de empresa ou sector	Loja de Instrumentos Musicais
• Função ou cargo ocupado	Organização de Eventos, Relações Publicas e Designer Trabalhadora Independente
• Principais actividades e responsabilidades	Organização de Eventos, Relações Publicas e Designer

• Datas (de – até)	Agosto 2007 – Setembro 2007
• Nome e endereço do empregador	Musifex – Loja de Instrumentos Musicais, Lda. – Póvoa de Santo Adrião

• Tipo de empresa ou sector	Loja de Instrumentos Musicais
• Função ou cargo ocupado	Colaboração na organização do evento e imagem do stand para a Musicália – Feira da Música, FIL - Lisboa
• Principais actividades e responsabilidades	Colaboração na organização do evento e imagem do stand. Relações Públicas. Design de interiores.

• Datas (de – até)	Maio 2007 – Agosto 2007
• Nome e endereço do empregador	Divisão de Cultura e Património Cultural, Centro de Exposições de Odivelas, Câmara Municipal de Odivelas
• Tipo de empresa ou sector	Câmara Municipal
• Função ou cargo ocupado	Estágio
• Principais actividades e responsabilidades	Promoção, Produção e Divulgação Cultural

• Datas (de – até)	2007
• Nome e endereço do empregador	CEPEFO – Centro Pró Educação e Formação de Odivelas
• Tipo de empresa ou sector	Ensino - Formação
• Função ou cargo ocupado	Professora
• Principais actividades e responsabilidades	Leccionação de aulas de enriquecimento curricular de Expressão Dramática e de Informática

• Datas (de – até)	2006
• Nome e endereço do empregador	Associação Juvenil e Cultural “Colectivo Multimédia Perve” e Galeria “Perve” - Lisboa
• Tipo de empresa ou sector	Cultura
• Função ou cargo ocupado	Estágio
• Principais actividades e responsabilidades	Produção e Gestão Cultural

• Datas (de – até)	2005
• Nome e endereço do empregador	Exposição colectiva “ESAD 2005” na Sociedade Industrial Ceres - Caldas da Rainha
• Tipo de empresa ou sector	Cultura
• Função ou cargo ocupado	Participação e organização
• Principais actividades e responsabilidades	Participação e organização

FORMAÇÃO ACADÉMICA E PROFISSIONAL

• Datas (de – até)	Desde 2009
• Nome e tipo da organização de ensino ou formação	ISCTE IUL – Instituto Universitário de Lisboa
• Principais	Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação

disciplinas/competências profissionais	
• Designação da qualificação atribuída	Mestrado
• Classificação obtida (se aplicável)	Não aplicável

• Datas (de – até)	2008 - 2009
• Nome e tipo da organização de ensino ou formação	ISCTE IUL – Instituto Universitário de Lisboa
• Principais disciplinas/competências profissionais	Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação
• Designação da qualificação atribuída	Pós-Graduação
• Classificação obtida (se aplicável)	16 (Dezasseis valores)

• Datas (de – até)	2003 - 2005
• Nome e tipo da organização de ensino ou formação	Escola Superior de Arte e Design - Caldas da Rainha
• Principais disciplinas/competências profissionais	Artes Plásticas
• Designação da qualificação atribuída	Licenciatura
• Classificação obtida (se aplicável)	16 (Dezasseis valores)

• Datas (de – até)	2000 - 2003
• Nome e tipo da organização de ensino ou formação	Escola Superior de Arte e Design - Caldas da Rainha
• Principais disciplinas/competências profissionais	Artes Plásticas - Pintura
• Designação da qualificação atribuída	Bacharelato
• Classificação obtida (se aplicável)	15 (Quinze valores)

• Datas (de – até)	Dezembro 2006 – Abril 2007 (408 horas)
• Nome e tipo da organização de ensino ou formação	AvalForma – Formação e Consultoria
• Principais disciplinas/competências profissionais	Gestão de Marketing
• Designação da qualificação	Curso de Formação de Qualificados

atribuída	
• Classificação obtida (se aplicável)	17 (Dezassete valores)

• Datas (de – até)	Novembro 2006 – Dezembro 2006 (95 horas)
• Nome e tipo da organização de ensino ou formação	Companhia Pópria – Formação e Consultoria, Lda.
• Principais disciplinas/competências profissionais	Formação Pedagógica Inicial de Formadores - Certificado nº EDF 435676/2007 DL
• Designação da qualificação atribuída	Curso de Formação de Qualificados
• Classificação obtida (se aplicável)	17 (Dezassete valores)

• Datas (de – até)	2006 (60 horas)
• Nome e tipo da organização de ensino ou formação	Biblioteca Nacional de Lisboa
• Principais disciplinas/competências profissionais	Princípios Básicos de Catalogação e Unimarc
• Designação da qualificação atribuída	Formação
• Classificação obtida (se aplicável)	Não aplicável

• Datas (de – até)	2000
• Nome e tipo da organização de ensino ou formação	Escola de Arte e Comunicação (ar.co.)
• Principais disciplinas/competências profissionais	Curso de Pintura – 1º ano
• Designação da qualificação atribuída	Curso
• Classificação obtida (se aplicável)	Não aplicável

APTIDÕES E COMPETÊNCIAS PESSOAIS

PRIMEIRA LÍNGUA	PORTUGUESA
-----------------	-------------------

OUTRAS LÍNGUAS

	INGLÊS
• Compreensão escrita	EXCELENTE
• Expressão escrita	BOM
• Expressão oral	BOM

	ESPAÑHOL - CASTELHANO
• Compreensão escrita	EXCELENTE
• Expressão escrita	BOM
• Expressão oral	BOM

	FRANCÊS
• Compreensão escrita	BOM
• Expressão escrita	MEDIANA
• Expressão oral	FRACA

APTIDÕES E COMPETÊNCIAS SOCIAIS	- Participação no I Salão Nacional de Artes Plásticas, iniciativa Waylight, Lisboa, 2007 - Dois anos no Clube de Artes e Ofícios (pintura de azulejaria), Escola Secundária José Afonso, Loures, 1998-2000. - Quatro anos no grupo de teatro “Ita Vero” (“Laços Lasso”, “Fragmentos”, “As Nuvens”, “Fim”), Loures, 1996-1998.
--	---

INFORMAÇÃO ADICIONAL	- Criação de catálogo e CD interactivo de apresentação do Centro de Exposições de Odivelas, Câmara Municipal de Odivelas, 2007 - Criação e realização de postais de São Valentim para a livraria “Casa Matricial”, Lisboa, 2007 - Trabalho de Ilustração em www.myfonts.com, 2009 - "Human" dingbats editado no livro "Freewave" das Edições Booth-Clibborn, pág.32, ISBN: 1-86154-273-9, 2005 - Quatro ilustrações de capas para a revista “Palavras” da Associação de Professores de Português (APP), 2001, 2002, 2003, 2005 - Trabalho de ilustração para o livro "Expulsemos O Poeta da Cidade" (colectânea de poesia), Europress.Lda, ISBN: 972-559-254-9, 2003 - Colaboração e realização do anuário da Escola Secundária José Afonso, Loures, com ilustrações e conhecimentos de Flash (programação), 2003
---------------------------------	--