OBSERVATÓRIO DE MUSEUS E CENTROS CULTURAIS

I BOLETIM · ANO 01 · AGO/2006

Pesquisa Piloto Perfil • Opinião 2005

Onze Museus e seus visitantes

Rio de Janeiro e Niterói

Apresentação

Graças à dedicação, à generosidade e à inteligência de um expressivo grupo de pesquisadores, trabalhadores, simpatizantes e freqüentadores do campo museal o **Observatório de Museus e Centros Culturais** saiu da esfera dos projetos impossíveis, penetrou no universo das possibilidades e ganhou sensível corporeidade. Esta é a razão do entusiasmo com a parceria firmada entre o Departamento de Museus e Centros Culturais/IPHAN e o Museu da Vida da Casa de Oswaldo Cruz/FIOCRUZ. Parceria fértil e generosa que desde a sua celebração esteve aberta e interessada em ampliar o leque de parceiros, o que já acontece com a participação da Escola Nacional de Ciências Estatísticas (ENCE), do Museu de Astronomia e Ciências Afins (RJ) e da Superintendência de Museus de Minas Gerais.

Atualmente, o Observatório conta com a adesão de diversas instituições museais brasileiras o que amplia a possibilidade de conhecimento e de análise do perfil e das opiniões dos seus diversos públicos. A publicação do primeiro **Boletim do Observatório de Museus e Centro Culturais**, que apresenta os primeiros resultados da análise do público de onze museus localizados no Estado do Rio de Janeiro, é a materialização de um trabalho realizado com paciência e determinação. Um trabalho de fôlego longo e que está apenas no início, mas que já no início dá uma demonstração da sua importância.

Os dados aqui apresentados são fundamentais para professores, pesquisadores, estudantes, gestores culturais que atuam no campo dos museus e da museologia e, de modo mais amplo, para os que trabalham com políticas públicas de cultura. Este projeto piloto foi da maior importância, pois permitiu o aprimoramento da metodologia aplicada e criou as condições necessárias para o trabalho em outros estados e em outros museus. O nosso objetivo é dar a essa Pesquisa uma abrangência nacional e futuramente desenvolver outras Pesquisas com outros enfoques metodológicos. O **Observatório de Museus e Centros Culturais** é uma realidade. Vida longa para ele, é o nosso voto.

José do Nascimento Júnior
Diretor do Departamento de Museus e Centros Culturais do IPHAN

Este é o primeiro número do Boletim, veículo de comunicação periódica do **Observatório de Museus e Centros Culturais (OMCC)**. Visa apresentar, de forma objetiva, os principais resultados obtidos em estudos realizados no âmbito do **OMCC**. Uma síntese dos resultados da Pesquisa Perfil-Opinião, realizada junto a 11 museus do Rio de Janeiro, é o foco desta primeira edição.

O **Observatório de Museus e Centros Culturais (OMCC)** é um programa de pesquisa e serviços sobre os museus e instituições afins. Este programa propõe a criação de um sistema, em rede, de produção, reunião e compartilhamento de dados e conhecimentos diversos sobre os museus em sua relação com a sociedade. Reúne instituições culturais variadas, promovendo o intercâmbio entre museus de arte, de ciência, e demais classificações temáticas do campo cultural.

O **OMCC** conta, em 2006, com a adesão e participação de 27 museus.

Objetivos

1. Subsidiar a elaboração e a avaliação de políticas públicas nos campos da cultura e afins;

2. Subsidiar a prática profissional;

3. Subsidiar a pesquisa;

4. Promover um espaço de discussão das pesquisas e estudos sobre o museu, voltado para o visitante e não-visitante, ampliando o âmbito do debate sobre a instituição para toda a sociedade.

Pesquisa Perfil - Opinião 2005

A Pesquisa Perfil-Opinião, pesquisa quantitativa piloto, foi realizada em 11 museus no Rio de Janeiro, durante os meses de junho, julho e agosto de 2005. Será repetida em outras instituições museais de forma periódica. Visa identificar os processos e os contextos promotores de acesso aos museus, para os variados segmentos sociais. Desta forma, espera-se que a pesquisa possa contribuir para a reflexão sobre o papel atual dos museus na sociedade e para a compreensão de fatores e situações determinantes de experiências culturalmente inclusivas.

Objetivos

1 – Traçar o perfil dos visitantes em cada um dos museus investigados;

2 – Identificar diferentes modalidades de visita, em cada uma das instituições e entre elas.

Procedimentos metodológicos

Foi realizada uma enquete do tipo *survey* utilizando um questionário com questões fechadas ou semi-abertas, preenchido pelo visitante, selecionado ao acaso, ao final da visita. O questionário foi organizado em 4 blocos: circunstâncias e antecedentes da visita; opinião sobre os serviços oferecidos nos museus; hábito de visitas a museus e instituições afins e perfil socioeconômico do visitante. A pesquisa interrogou o visitante com 15 ou mais anos de idade, em situação de visita a um museu, não participante de visitas escolares organizadas, pagante ou não-pagante. Não foram considerados na pesquisa os grupos escolares com visita agendada, independente da idade e série escolar freqüentada.

Trata da prática real de visita, ao contrário das pesquisas domiciliares ou situações diversas onde a visita ao museu é informada, constituindo prática declarada. A seleção dos informantes foi realizada, de forma aleatória, por meio do uso do procedimento de seleção sistemática (amostragem sistemática). A amostra em cada instituição foi dimensionada, de forma independente, para fornecer um erro máximo absoluto no valor de 5% na estimação de uma proporção de algum atributo de interesse do visitante de cada instituição, com grau de confiança de 95%. No Quadro 1 é apresentada a relação de museus considerados no estudo, suas principais características e o quantitativo de questionários/entrevistas realizadas.

A construção do Protocolo de Pesquisa inspirou-se na experiência do *Observatoire Permanent des Publics*, do avaliador francês Lucien Mironer.

Quadro 1: Instituições participantes da Pesquisa Perfil-Opinião 2005 e número de entrevistas realizadas

Museus	Data de fundação	Tipo de acervo	Tutela	Questionários válidos
Museu Aeroespacial (MA)	1973	História, técnica, ciência	INCAER/Comando da aeronáutica/MD	349
Museu Antônio Parreiras (MAP)	1941	Arte	FUNARJ/SEC	161
Museu de Arte Contemporânea (MAC)	1996	Arte	SMC-Niterói	393
Museu de Astronomia e Ciências Afins (MAST)	1985	Ciência, técnica	MCT	428
Museu Casa de Rui Barbosa (MCRB)	1930	História	MINC	384
Museu Histórico Nacional (MH)	1922	História	IPHAN	293
Museu do Índio (MI)	1952	Etnografia	FUNAI/MJ	95
Museu Nacional de História Natural (MN)	1818	Etnografia, história natural	UFRJ	331
Museu do Primeiro Reinado (MPR)	1965/1979	História	FUNARJ/SEC	327
Museu do Universo Planetário da Cidade (MU)	1970/2005	Ciência	SMC/RJ	380
Museu da Vida (MV)	1999	Ciência	COC-Fiocruz/MS	266
Total				**3407**

Fonte: Cadastro preenchido pelos museus participantes do Observatório / Pesquisa Perfil-Opinião 2005, OMCC

Quem visita os museus?

1 – Sexo: Pode variar, segundo o museu

O público de visitantes dos museus considerados no estudo é predominantemente do sexo feminino, conforme indicado no Gráfico 1.

A distribuição amostral dos visitantes entrevistados nos museus, segundo o sexo, Gráfico 2, reflete o comportamento observado para a população residente na Região Metropolitana do Rio de Janeiro, onde 54,4% da população residente é de mulheres e 45,6% de homens, conforme indicam os resultados obtidos na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD/2004.

Todavia, alguns museus são mais visitados por mulheres, como o Museu da Vida (75%) e o Museu Casa de Rui Barbosa (66%), enquanto que a presença masculina prevalece dentre os visitantes do Museu Aeroespacial (68%).

2 – Adultos e jovens de cor branca é maioria entre os visitantes dos museus investigados

A população de visitantes dos museus é composta, principalmente, por adultos, na faixa entre 30 e 39 anos (26,4%) e 40 a 49 anos (22,3%), conforme indicam os resultados apresentados no Gráfico 3. Os jovens, na faixa dos 15 aos 29 anos, representam 36,6% dos visitantes com distribuição homogênea nas faixas de 15 a 19 (11%); 20 a 24 (12,7%) e 25 a 29 anos (12,9%). Nota-se a presença, ainda discreta, de visitantes com idade superior a 50 anos (14,7%), considerando a soma dos percentuais observados nas faixas, 50 a 59 e 60 anos ou mais. Nota-se que na Região Metropolitana do Rio de Janeiro 17,7% da população apresenta idade superior a 60 anos (PNAD/2004), valor bastante superior àquele encontrado entre os visitantes dos museus participantes da pesquisa (5,4%).

Segundo dados da PNAD/2004, onde 54,4% da população residente na RM/RJ é de mulheres e 45,6% de homens - 57% da população residente na Região Metropolitana do Rio de Janeiro declara-se de cor branca. Nos museus, a presença de brancos é ainda maior: 67,4% dos visitantes declararam-se de cor branca, conforme indicam os dados apresentados no Gráfico 4. O Museu do Índio (52,7%), o Museu de Astronomia e Ciências Afins (48%) e o Museu da Vida (46%) são aqueles que recebem maior proporção de visitantes não brancos.

Quanto ao estado civil ou a situação conjugal, cerca da metade dos visitantes dos museus participantes da pesquisa (47%) declara-se casado ou vivendo em união estável.

Gráfico 1

Distribuição percentual dos visitantes entrevistados, por sexo

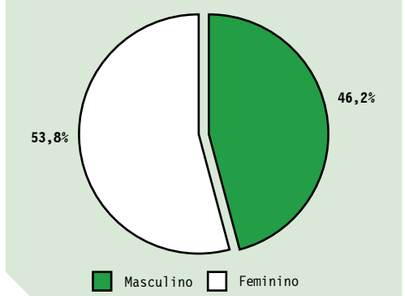
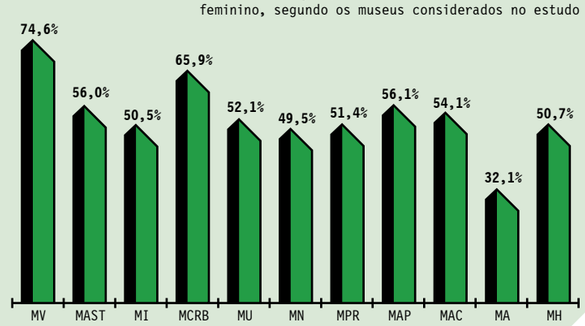


Gráfico 2

Distribuição percentual dos visitantes do sexo feminino, segundo os museus considerados no estudo



3 – Um público altamente escolarizado

Os visitantes dos museus possuem nível de escolaridade bastante elevado. Conforme indicam os resultados no Gráfico 5, 47,5% declararam ter concluído o ensino superior. Cabe lembrar que o nível médio de anos de estudo da população da Região Metropolitana do Rio de Janeiro é de 8,3 anos, correspondendo ao ensino fundamental.

Nos museus considerados no estudo, o maior percentual de visitantes com nível de escolaridade até o ensino fundamental é de 6,6% no Museu Aeroespacial. Por outro lado, o maior percentual de visitantes que cursaram o ensino superior se encontra no Museu do Universo-Planetário da Cidade (61,3%), seguido pelos Museus de Arte: Museu de Arte Contemporânea de Niterói (57,3%) e Museu Antônio Parreiras (54,4%).

4 – Ocupação e Renda Média Domiciliar Museus: um programa de baixo custo que atrai os ativos mais abastados

Três quartos dos visitantes dos museus considerados no estudo declararam exercer atividade remunerada. Dentre estes, 62,4% são empregados do setor público ou privado, 13,5% são autônomos ou trabalhadores por conta própria e 10,2% são profissionais liberais, conforme indicam os resultados apresentados no Gráfico 6. Os bolsistas ou estagiários remunerados (5,7%), assim como os empresários (5,5%), estão pouco presentes nos museus considerados no estudo.

Dentre aqueles que declararam não exercer atividade remunerada, mais da metade (53,4%) estuda. Os aposentados e pensionistas constituem um público potencial que merece maior atenção (17,9%).

Gráfico 3

Distribuição etária dos visitantes entrevistados nos museus considerados no estudo

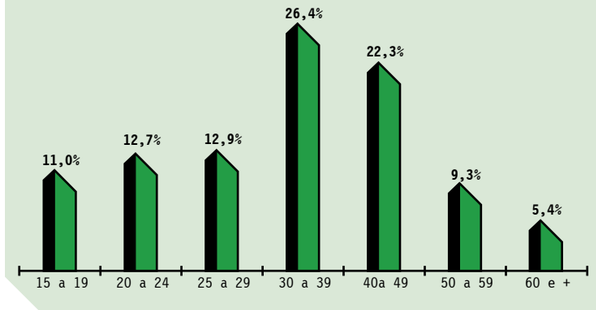


Gráfico 4

Distribuição percentual dos visitantes, por cor ou raça declarada, segundo os museus considerados no estudo

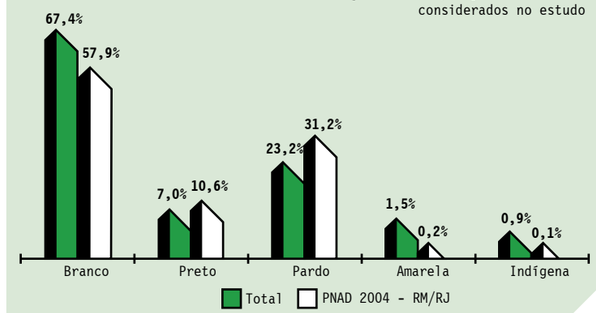
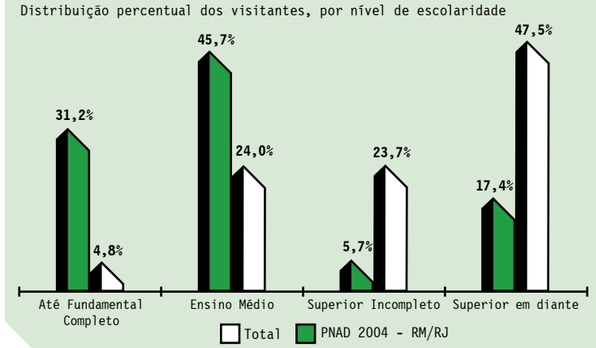
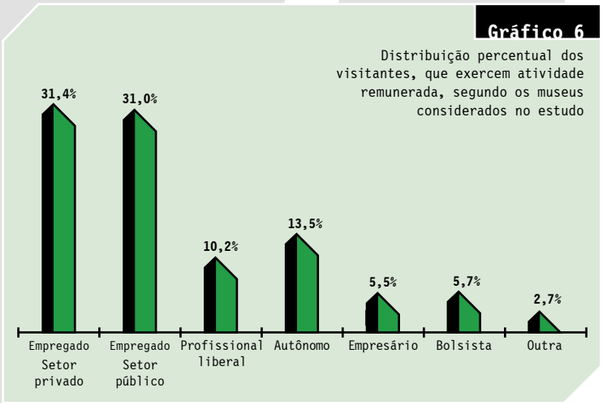
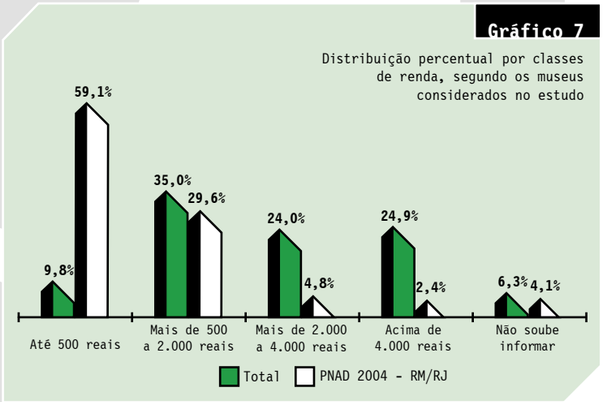


Gráfico 5

Distribuição percentual dos visitantes, por nível de escolaridade





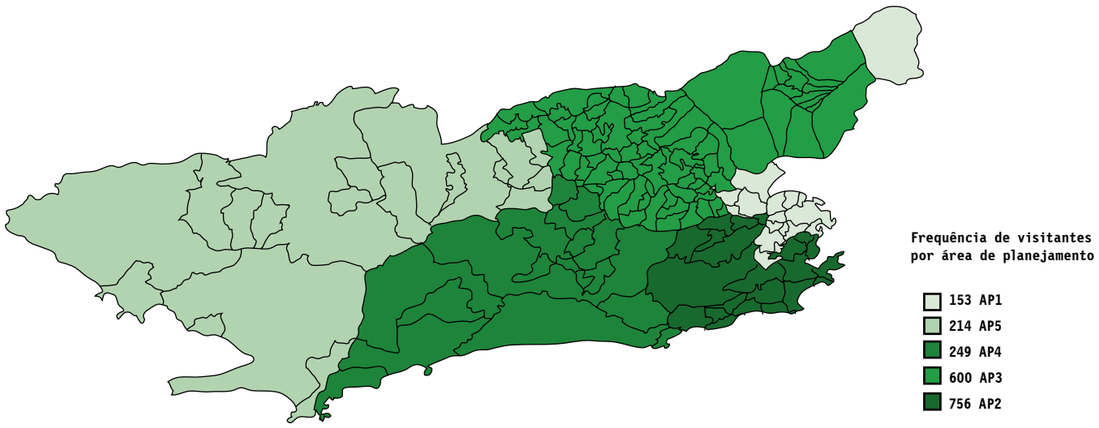


Com relação à renda mensal domiciliar, Gráfico 7, cerca da metade dos visitantes (48,8%) participantes da pesquisa declarou renda domiciliar mensal superior a R$2.000,00. Na Região Metropolitana do Rio de Janeiro apenas 7,2% das famílias informaram renda mensal superior a R$2.000,00. Por outro lado, 59,1% da população residente na Região Metropolitana do Rio de Janeiro declararam renda familiar mensal até R$500,00.

Nota-se, entretanto, que a renda declarada varia segundo o museu visitado. O Museu da Vida (20,9%) e o Museu de Astronomia e Ciências Afins (15,2%) são aqueles que mais receberam visitantes com renda domiciliar mensal até R$500,00, enquanto que o Museu do Universo Planetário da Cidade e o Museu de Arte Contemporânea de Niterói registraram os percentuais mais elevados de visitantes com renda domiciliar mensal acima de R$2.000,00, respectivamente 64,8% e 57,5%.

5 – Local de residência
A visita de proximidade é parcela importante da bilheteria dos museus

Os visitantes residem em sua maior parte no município do Rio de Janeiro. O local de residência declarado pelo visitante foi agrupado por Área de Planejamento, conforme resultados apresentados no cartograma a seguir, e na Tabela 1, onde são apresentadas as três Áreas de Planejamento com maior ocorrência de visitantes ali residentes.



Na AP2, correspondente às regiões administrativas de Botafogo, Copacabana, Lagoa, Vila Isabel, Tijuca e Rocinha reside 38,3% dos visitantes dos museus e 30,4% na AP3 que integra as regiões administrativas de Ramos, Penha, Inhaúma, Méier, Irajá, Madureira, Ilha do Governador, Anchieta e Pavuna

Tabela 1: Distribuição percentual dos visitantes residentes no município do Rio de Janeiro, por Área de Planejamento (AP), segundo os museus considerados no estudo*

Museus	Área de Planejamento				
	AP1	AP2	AP3	AP4	AP5
Museu da Vida	-	21,2%	50,3%	-	13,2%
Museu de Astronomia e Ciências Afins	16,4%	21,0%	41,3%	-	-
Museu do Índio	-	79,5%	10,3%	7,7%	-
Museu Casa de Rui Barbosa		57,8%	18,6%	16,5%	
Museu do Universo – Planetário da Cidade	-	58,7%	19,3%	17,8%	-
Museu Nacional	-	32,8%	34,9%		13,3%
Museu do Primeiro Reinado	20,3%	34,8%	27,5%	-	-
Museu Aeroespacial	-	-	38,8%	19,4%	31,5%
Museu Histórico Nacional	-	44,2%	32,1%	10,3%	-

* Não foram considerados o Museu de Arte Contemporânea e o Museu Antônio Parreiras localizados em Niterói

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2005, OMCC

É importante sinalizar que os visitantes tendem a freqüentar museus mais próximos de seu local de residência. Os moradores da AP3 são encontrados em maior número no Museu da Vida (50%), no Museu de Astronomia e Ciências Afins (41%) e no Museu Aeroespacial. (38%). No caso deste museu, situado na zona oeste da cidade, observa-se quase a ausência (2%) de visitantes da AP2 sendo a AP5 (Bangu, Campo Grande, Santa Cruz, Guaratiba e Realengo) o segundo local de procedência dos visitantes (31%).

6 – Fontes de informação
O "Boca a Boca" é a principal fonte de informação sobre os museus!

Com relação às fontes de conhecimento sobre o museu, os visitantes podiam citar várias respostas. No geral, as fontes mais citadas (53,3%) foram aquelas referentes à recomendação de outras pessoas, conforme indicam os resultados apresentados no Gráfico 8. Em seguida ficaram as mídias de comunicação de massa, como a TV ou os jornais e revistas (33,9%). Foi registrado um percentual de 19% de declarações referentes à descoberta do museu ao passar em frente do mesmo (a pé ou de automóvel).

Entre os 11 museus participantes da pesquisa, a fonte de informação mais citada variou: no Museu de Arte Contemporânea, a TV foi a fonte mais citada (43,5%), seguida das mídias impressas (34,3%). No Museu de Astronomia e Ciências Afins (33,3%) e no Museu da Vida (29,1%), a recomendação de professores foi a principal fonte. No Museu Nacional (33%) a recomendação de familiares prevaleceu e no Museu Aeroespacial (26,2%) foi a recomendação dos amigos. Cabe notar que no Museu do Primeiro Reinado (36,9%) e no Museu Histórico Nacional (35%) mais de um terço dos visitantes declarou ter descoberto o museu ao passar em frente da instituição, de carro, ou a pé. O Museu Aeroespacial apresenta o menor percentual de recomendações feitas por professores (8%). No Museu do Índio, a recomendação de familiares (12,6%) e a recomendação de professores (9,5%) expressam valores baixos se comparados com os demais e, em especial, com o Museu Nacional de História Natural onde a recomendação familiar foi citada por 33% dos visitantes e a recomendação de professores por 29,4%. Cabe lembrar que foram aplicados apenas 95 questionários no Museu do Índio.

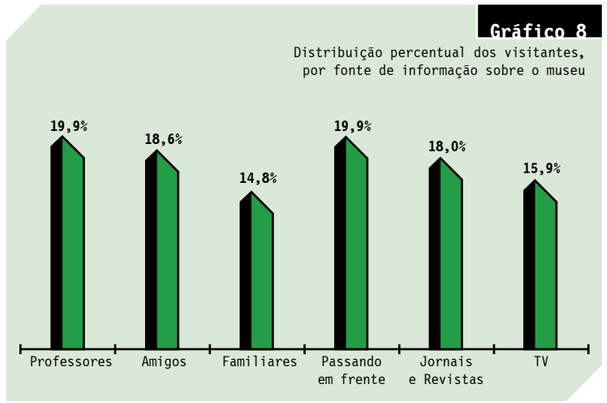
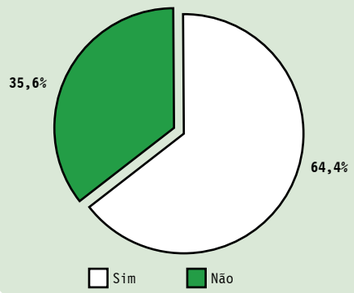


Gráfico 9

Distribuição percentual dos visitantes que declararam visitas aos museus pela primeira vez



7 - Para a maioria, é a primeira vez

A maioria dos visitantes (64,4%) declarou ser a sua primeira visita àquele museu, conforme indicam os resultados apresentados no Gráfico 9.

O percentual de primeira visita varia, entre os museus considerados no estudo, conforme indicado no Gráfico 10: no Museu Casa de Rui Barbosa, a taxa chega a 84,4% de novos visitantes enquanto que no Museu Nacional o resultado se inverte: 64,8% dos visitantes já o haviam visitado. Pesquisas anteriores, no Brasil e em outros países, também encontraram a prevalência de novos visitantes nos museus, sugerindo uma relação motivada pelo prazer da novidade, pela "curiosidade", afeita às descobertas e à abertura cultural.

8 – Há quanto tempo conhece este museu?

A grande maioria dos visitantes entrevistados nos museus considerados no estudo conhecia o museu há mais de um ano (70%), conforme indicam os resultados apresentados na Tabela 2. Dentre os 11 museus participantes do estudo, seis receberam mais de 50% de visitantes com conhecimento prévio do museu superior há mais de cinco anos. Esta notoriedade antiga varia entre os museus. O Museu Nacional é conhecido há mais de cinco anos por 82,6% dos seus visitantes, seguido pelo Museu do Universo - Planetário da Cidade com 74%. O Museu do Índio (17,6%), seguido pelo Museu da Vida (32,3%) e o Museu de Astronomia e Ciências Afins (33,2%) são aqueles com menor percentual de visitantes que declarou conhecer o museu há mais de cinco anos.

Tabela 2 - Distribuição percentual dos visitantes, para tempo de conhecimento da existência do museu, segundo os museus considerados no estudo

Museus	Tempo de Conhecimento	
	Até um mês	Há mais de 5 anos
Museu da Vida	28,1%	32,3%
Museu de Astronomia e Ciências Afins	32,9%	33,2%
Museu do Índio	33,0%	17,6%
Museu Casa de Rui Barbosa	28,3%	42,1%
Museu do Universo - Planetário da Cidade	12,7%	74,0%
Museu Nacional	9,7%	82,6%
Museu do Primeiro Reinado	26,9%	45,6%
Museu Antônio Parreiras	29,9%	50,6%
Museu de Arte Contemporânea de Niterói	10,1%	52,3%
Museu Aeroespacial	15,6%	58,4%
Museu Histórico Nacional	16,5%	60,4%
Total	21,0%	52,2%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2005, OMCC

O interesse em identificar há quanto tempo uma instituição é conhecida pelos seus visitantes se refere à compreensão da relação entre notoriedade e prática de visita. Por outro lado, os museus fazem parte da vida das cidades onde se situam e a notoriedade indica o conhecimento dos habitantes sobre o museu antes mesmo de tê-lo visitado.

9 - Visitas para matar a curiosidade e conhecer coisas novas

Quando interrogados sobre os motivos para a visita, 73,7% dos visitantes declararam que visitavam para conhecer o museu, conforme indicam os resultados apresentados no Gráfico 11. Alargar os horizontes, conhecer coisas novas (64,9%), foi o segundo motivo mais citado, seguido pelo Interesse pelos assuntos expostos (62,1%). Cabe ainda sinalizar que para 60,5% dos visitantes a Diversão contou entre os motivos para a visita e que 43,3% visitaram também para Acompanhar outras pessoas.

Os motivos para a visita também variaram conforme a instituição. Por exemplo, a diversão foi mais esperada entre os visitantes do Museu do Universo - Planetário da Cidade (76,6%) e menos presente junto àqueles do Museu de Astronomia e Ciências Afins (50,5%) e do Museu do Primeiro Reinado (51,4%). Os visitantes declararam mais de um motivo para a visita, indicando que a saída ao museu resulta de interesses diversificados

Gráfico 10

Distribuição percentual dos visitantes, que declararam visitar o museu pela primeira vez, segundo os museus considerados no estudo

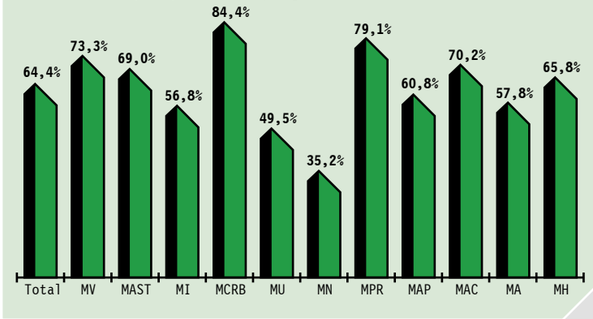
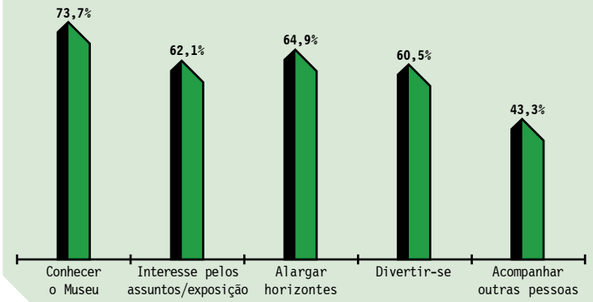


Gráfico 11

Distribuição percentual dos visitantes, por motivo declarado para a visita



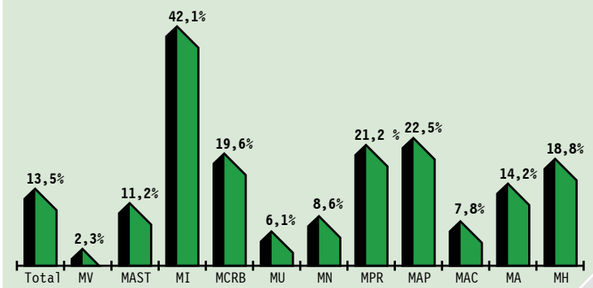
10 - Os visitantes vêm acompanhados

Poucos declararam visitar sozinho (13,5%), indicando que a visita a museus é uma prática de sociabilidade, conforme mostram os resultados apresentados nos Gráficos 12 e 13.

Apenas três museus entre os participantes da pesquisa apresentaram mais de 20% de visitas desacompanhadas: o Museu do Índio (42,1%), o Museu Antônio Parreiras (22,5%) e o Museu do Primeiro Reinado (21,2%), seguidos pelo Museu Casa de Rui Barbosa (19,6%). Cabe lembrar que foram aplicados apenas 95 questionários no Museu do Índio.

Gráfico 12

Distribuição percentual dos visitantes que estavam desacompanhados, segundo os museus considerados no estudo

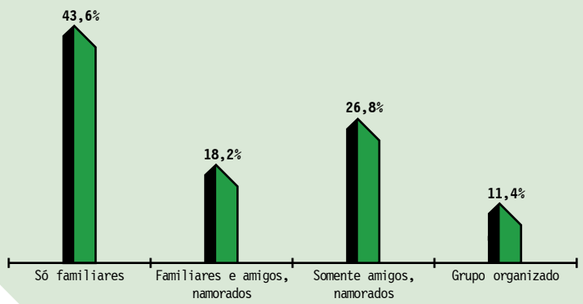


11 – Um programa em família

Entre aqueles que não visitaram sozinhos, 43,6% o fizeram exclusivamente com os familiares, conforme indicam os resultados no Gráfico 13. Já 26,6% visitaram apenas na companhia de amigos ou namorados. Um outro grupo visitou em conjunto com familiares e amigos e ainda 11,4% chegaram aos museus em grupos organizados. Nota-se, ao considerar as visitas exclusivamente em família e aquelas mesclando familiares e amigos, que 61% das visitas acontecem em família. O contexto social da saída ao museu varia entre as instituições. O Museu Nacional e o Museu do Universo são os mais visitados por grupos exclusivamente familiares, enquanto que no Museu da Vida grande parte dos visitantes declarou vir em grupo organizado (42,3%). As visitas entre amigos foram mais citadas no Museu do Primeiro Reinado (41,3%).

Gráfico 13

Distribuição percentual dos visitantes, por tipo de acompanhante



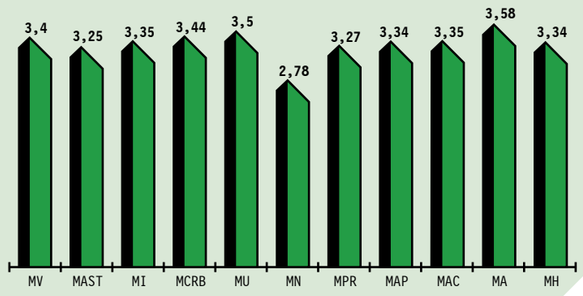
12 – Avaliação dos serviços oferecidos nos museus – breve comentário geral

A avaliação geral dos museus, segundo os visitantes entrevistados, indica que os serviços oferecidos são, no mínimo, considerados bons em todos os museus participantes do estudo. O índice igual ou superior a três (03) foi definido como bom, sendo que dois (02) foi definido como regular e quatro (04) como ótimo. No Gráfico 14, estão representadas as notas médias atribuídas aos museus considerados no estudo.

Os serviços avaliados pela pesquisa foram: a sinalização (orientação de entrada, saída, banheiros...); conforto (banheiro disponível, guarda-volumes, bebedouros, temperatura nas salas, etc.); conservação e manutenção (dos equipamentos, dos objetos expostos...); limpeza; iluminação; segurança; informações e explicações disponíveis (painéis, textos, áudio-guias, filmes, etc.); acolhimento (recepcionista, monitor, guarda, guia).

Gráfico 14

Média da avaliação dos serviços oferecidos nos museus considerados no estudo



13 – Fatores que dificultam a visita: Pouca divulgação e violência urbana afastam os visitantes dos museus

Os visitantes participantes da pesquisa foram enfáticos ao afirmar que a falta de divulgação é um fator que dificulta a visita aos museus (72,4%). O segundo motivo mais citado foi a violência urbana (53,3%). Custos da visita - transporte e alimentação - (39,9%) e dificuldade de transporte (38,6%) foram mencionados por cerca de 40% dos visitantes, conforme indicado no Gráfico 15.

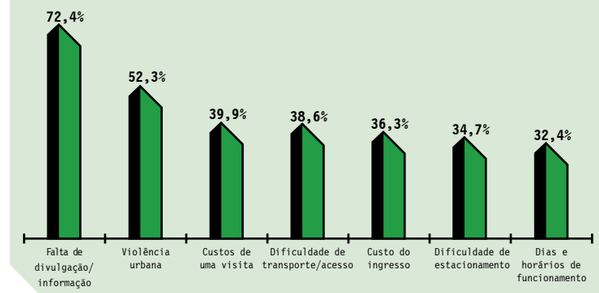
Os motivos apresentados diferem segundo o tipo de museu. Os custos de uma visita foram mais citados no Museu da Vida (50,4%), no Museu do Índio (47,3%) e no Museu de Astronomia e Ciências Afins (43,9%), tanto nos pagantes como naqueles que não cobram ingresso. A falta de divulgação foi mais declarada no Museu do Primeiro Reinado (78,9%), no Museu de Astronomia e Ciências Afins (76,8%) e no Museu Aeroespacial (74,9%), enquanto que, entre os visitantes do Museu do Universo-Planetário da Cidade (43,5%) e do Museu de Arte Contemporânea (42,4%), a dificuldade de estacionamento se fez mais presente que nos demais.

14 – Tempo de duração da visita

Pode-se dizer que a maioria das visitas (64,4%) declaradas durou entre meia hora a duas horas. No entanto, cabe sinalizar que poucas visitas duraram menos de 30 minutos (15,2%) e que a maior parte das visitas durou entre 30 e 60 minutos (36,3%). Também foram menos freqüentes, as visitas consideradas longas, de mais de 2 horas, tendo sido registrado apenas 20,4%. Estas foram mais freqüentes nos Museus de Ciência, nos quais 39% dos visitantes declararam ter passado mais de 2 horas no museu. Dentre os Museus de Ciência, o Museu da Vida lidera o *ranking* das visitas muito longas, com 64,7%.

Gráfico 15

Distribuição percentual das citações dos visitantes quanto aos fatores que dificultam a visita a museus



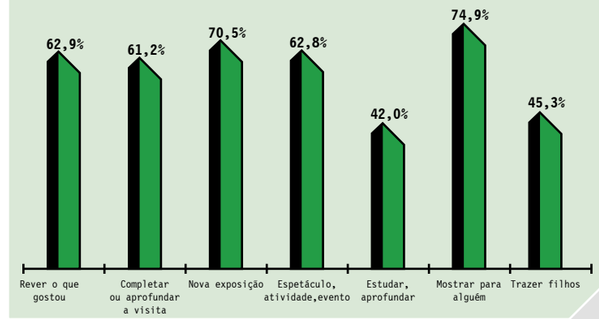
15 - Quase todos pensam em retornar para uma próxima visita, nos próximos 12 meses

A grande maioria dos visitantes, 81,8%, declarou intenção em retornar àquele museu nos próximos doze meses. Voltar ao museu para mostrar a instituição à outra pessoa, foi motivo partilhado por 74,9% dos visitantes, conforme indicado no Gráfico 16.

Rever o que mais gostou, assistir a um espetáculo, participar de atividade e complementar ou aprofundar uma visita são motivos considerados por um pouco mais de 60% dos visitantes. Trazer os filhos é um bom motivo de retorno para 45,3% e uma visita estudiosa, para pesquisar, poderá trazer 42% de visitantes de volta ao museu nos próximos doze meses.

Gráfico 16

Distribuição percentual dos visitantes por motivo declarado para retornar aos museus



Os museus e seus públicos

Os achados da pesquisa Piloto Perfil-Opinião 2005 sugerem que apesar de confirmarem-se algumas tendências clássicas do perfil dos visitantes dos museus, relacionadas ao nível de escolaridade e renda deste grupo, encontrou-se diferenças, ainda que sutis, entre o perfil dos visitantes segundo os diversos museus participantes do estudo e entre alguns dos aspectos da forma de visita e dos motivos, percepções e intenções declaradas.

Semelhanças e diferenças no perfil e no comportamento dos visitantes neste estudo diferiram entre os museus por motivos distintos, não excludentes, a saber: distanciamento ou proximidade do visitante com o campo cultural/temático do museu, localização da instituição – a cidade é socialmente segmentada e a localização da instituição implica na proximidade física a determinado grupo social, projeto museográfico, serviços e estratégias de mediação cultural, relação do museu com o sistema de ensino formal, estratégias e investimentos na divulgação.

Os resultados aqui apresentados contribuem para a compreensão da dinâmica de acesso aos museus e revelam a necessidade de pesquisas contínuas, tanto quantitativas como qualitativas que ajudem a compreender a complexidade dos processos sociais da apropriação da cultura.

Informações e contato: observatoriodemuseus@fiocruz.br

OBSERVATÓRIO
DE MUSEUS E CENTROS CULTURAIS

Realização
Museu da Vida, Casa de Oswaldo Cruz (FIOCRUZ/MS)
Departamento de Museus
e Centros Culturais (IPHAN/MINC)

Coordenação Técnica
Museu da Vida, Casa de Oswaldo Cruz (FIOCRUZ/MS)
Museu de Astronomia e Ciências Afins (MAST/MCT)
Escola Nacional de Ciências Estatísticas (ENCE/IBGE)
Departamento de Museus e
Centros Culturais (IPHAN/MINC)

Equipes regionais
Minas gerais: Museu Mineiro
São Paulo: Museu Lasar Segal (DEMU/IPHAN) e
Museu de Arqueologia e Etnologia (USP)
Espírito Santo: Museu de
Biologia Mello Leitão (DEMU/IPHAN)

Museus onde a Pesquisa Perfil - Opinião 2006
está em desenvolvimento
Museus Castro Maya (DEMU/IPHAN) - RJ
Museu de Biologia Mello Leitão (DEMU/IPHAN) - ES
Museu de Arqueologia e Etnologia - SP
Museu Lasar Segal (DEMU/IPHAN) - SP
Museu Nacional de Belas Artes(DEMU/IPHAN) - RJ
Museu do Oratório - MG
Museu Mineiro - MG
Museu de Mineralogia prof. Djalma Guimarães -MG
Museu de História Natural e Jardim Botânico -MG
Museu de Artes e Ofícios - MG
Instituto Museu Giramundo - MG
Centro de Memória do Sistema FIEMG - MG
Museus das Reduções, Ouro Preto - MG
Museu da escola de Minas de Minas Gerais - MG
Museu Histórico Abílio Barreto- MG

Créditos Boletim
Este Boletim foi realizado a partir dos
dados da pesquisa Piloto Perfil-Opinião 2005.
Editores e redatores responsáveis:
Luciana Sepúlveda Köptcke;
Sibele Cazelli; José Matias de Lima.
Apoio Técnico:
Leandro Marino (Aluno monitor do
Bacharelado em Estatística da ENCE)
Agradecimentos:
Cláudio Felipe Ribeiro da Silva, (estatístico associado
ao Observatório de Museus e Centros Culturais) e
Carlos Coimbra (pesquisador do
Museu de Astronomia e Ciências Afins).
Projeto Gráfico e diagramação: Guy Leal
Revisão: Elis Galvão

Ministério da Saúde
FIOCRUZ
Fundação Oswaldo Cruz
Casa de Oswaldo Cruz

Museu da Vida

IPHAN
Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

Escola Nacional de
Ciências Estatísticas

MUSEU DE
ASTRONOMIA
E CIÊNCIAS AFINS