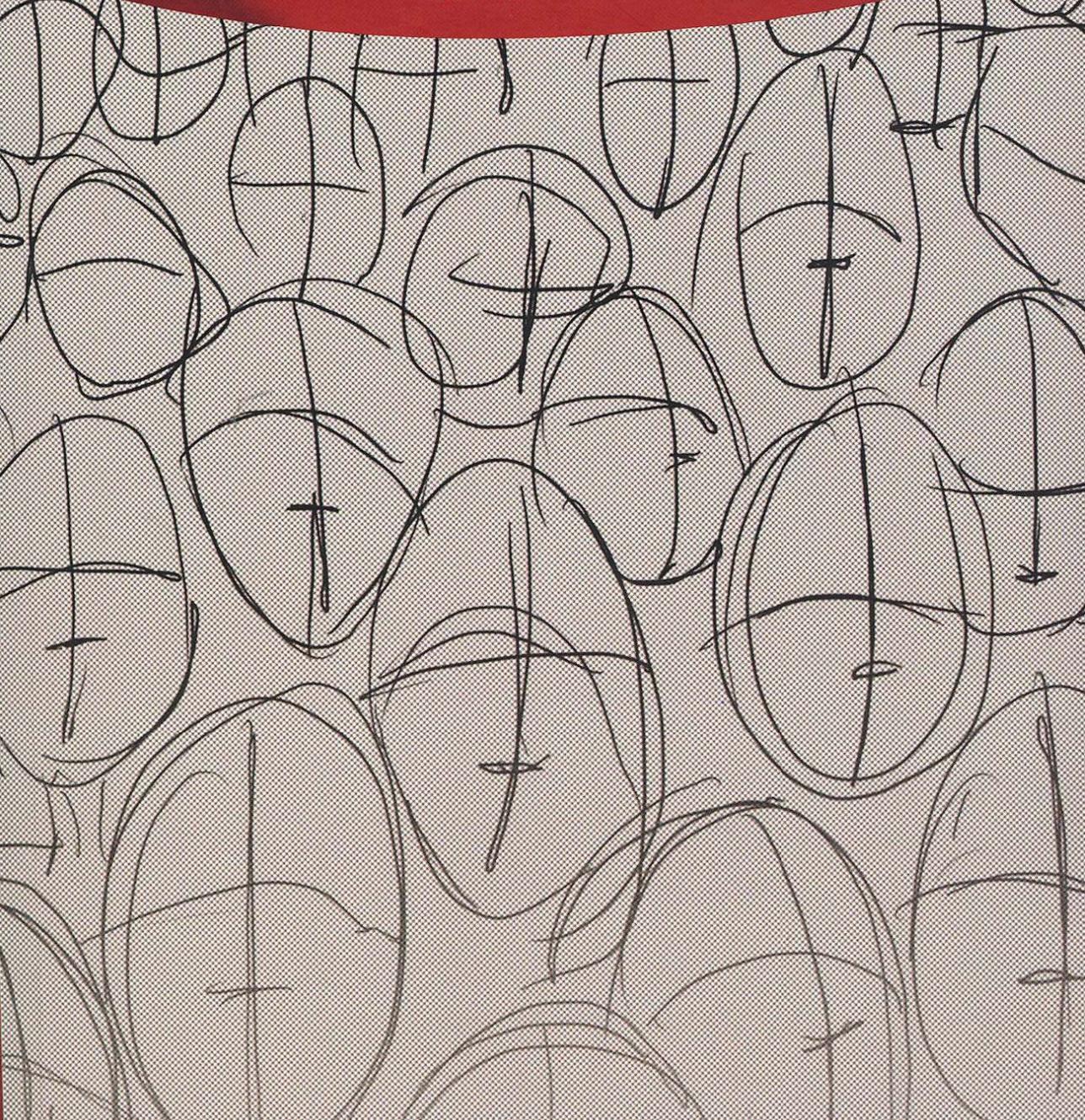


A red banner with white text is centered at the top of the page. The text reads "32º Encontro Anual da ANPOCS 2008". The banner has a slight shadow and is set against a background of a repeating pattern of stylized faces.

32º Encontro
Anual da
ANPOCS
2008



32º ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS

GT 29: Patrimônios, Museus e Ciências Sociais

TÍTULO DO TRABALHO: A presença feminina nos museus: perfil sociocultural e modalidades de visita

AUTORES: Luciana Sepúlveda Köpcke (FIOCRUZ); Sibeles Cazelli (MAST/MCT); José Matias de Lima (ENCE/IBGE); Leandro Lins Marino (CESGRANRIO).

1. Introdução

A universalização do acesso às práticas culturais, inclusive àquelas cultivadas, financiadas majoritariamente pelo poder público, é defendida pelos órgãos competentes como fator do desenvolvimento humano. No entanto, as ciências sociais levantam reflexões sobre tais práticas, os seus processos de legitimação, os usos sociais e as relações de poder que as circundam. Dentre estas se encontra a visita a museus. O grau de importância destas práticas para distintas sociedades, o que as motiva e a relação entre acesso à cultura e a posição social de indivíduos e grupos constituem objetos da produção científica com base em estudos estatísticos. O espaço social pode ser analisado e descrito topologicamente como um espaço dividido em conjuntos de posições distintas, cujas fronteiras definem estilos de vida ou classes sociais diversas. Os diferentes “territórios” delimitados neste espaço estabelecem entre si uma relação hierárquica. Há territórios mais nobres, mais desejados, mais ricos, com maior prestígio do que outros. Migrar para os melhores “territórios”, proteger os privilégios de uma determinada posição, tentar modificar a situação de seu “território” são dimensões das relações de força que se estabelecem no espaço social. A partir dos anos de 1960, as pesquisas sobre a apropriação social da cultura se multiplicaram, evidenciando a relação entre o pertencimento a uma origem social culta, um forte capital escolar e a chance de visitar museus, assistir a concertos de música erudita ou espetáculos de dança (Bourdieu e Darbel, 1969; Donnat, 1974, 1997; Lahire, 2004). Com relação aos museus, especificamente, no Brasil observa-se a carência de estudos periódicos que ofereçam subsídio para refletir sobre a evolução das práticas culturais e de lazer, onde se inserem as visitas, embora a produção referente aos Estudos de Públicos venha ganhando densidade a partir dos anos de 1990.

O presente texto visa explorar o potencial dos dados empíricos coletados pela pesquisa Perfil-Opinião 2005 realizada pelo Observatório de Museus e Centros Culturais¹, variando o enfoque sobre a relação entre a estratificação social e a cultura. Neste sentido, propõe observar com maior atenção o potencial da variável sexo para analisar as dinâmicas de apropriação social dos museus. Analisa as chances de visitar museus ou a diversidade das situações de visita encontradas entre mulheres com 15 ou

¹ O Observatório de Museus e Centros Culturais é fruto da parceria entre a Fundação Oswaldo Cruz, o Departamento de Museus e Centros Culturais/IPHAN, o Museu de Astronomia e Ciências Afins e a Escola Nacional de Ciências Estatísticas/IBGE.

mais anos de idade. Faremos uma análise descritiva preliminar dos dados e do modelo construído.

2. A pertinência da relação de gênero para analisar as práticas culturais cultivadas²

A diferença encontrada entre escolhas culturais de grupos socialmente distintos foi analisada como decorrência de predisposições construídas pelos sistemas familiar e escolar que difundem e reforçam reciprocamente, para alguns, as chaves de leitura e a legitimidade de certas práticas em detrimento de outras. O conceito de capital cultural, em operação nestas análises, pode ser definido como um conjunto de disposições adquiridas pelos diversos processos de socialização em ação dentro de uma sociedade, em certo momento (particularmente a família e a escola, em nossas sociedades ocidentais, mas também os meios de comunicação de massa, as igrejas e outros) que permitem ao indivíduo possuir códigos de leitura e competência de interpretação de aspectos da cultura partilhada. Esses códigos e competências são propostos e reconhecidos por grupos, cuja posição no espaço social é suficientemente forte para fazer valer, como legítimas, *suas* regras, formas de interpretar e expressar o mundo, transmitidos enquanto patrimônio do grupo em questão.

Embora o sexo seja uma variável considerada desde as primeiras pesquisas, (Bourdieu e Darbel, 1969) a relação de gênero aparece camuflada ou associada à discriminação da posição social, tacitamente mensurada pela ocupação do chefe da casa ou pelos anos de estudo, como indicador de pertencimento a um meio social elevado e culto³. A família é a unidade de observação e análise da origem e posição social. Esta é tradicionalmente mensurada pela renda, ocupação do chefe da casa e pela escolaridade do informante. No entanto, para o autor de *L'Amour de l'Art*, a escolaridade é o principal fator discriminante das práticas e a definição da origem sociocultural deve igualmente considerar o nível de instrução do pai e da mãe como indicadores de berço, de

² Os comentários desta seção se pautam em uma análise preliminar da bibliografia, por critério de conveniência, logo sem caracterizar ainda uma revisão atualizada sobre o tema. A comparação com a realidade francesa não define um marco de comparação para a situação da mulher em relação ao trabalho, à família, à cultura no Brasil, mas contribui para levantar algumas questões de pesquisa particularmente no que se refere à apropriação dos museus.

³ (...) *Parce que les aspirations sont toujours mesurées aux chances objectives, l'accession a la culture savante comme l'ambition d'y accéder ne peut être le produit miraculeux d'une conversion culturelle mais suppose, en l'état actuel, un changement de condition économique et sociale. Ainsi, les relations observées entre la fréquentation du musée et des variables telles que la catégorie socio-professionnelle, l'âge, ou l'habitat (mas també o sexo) se reduisent presque totalement à la relation entre le niveau d'instruction et la fréquentation* (...), Bourdieu, Darbel, *L'Amour de L'Art*, p. 51.

pertencimento à nobreza cultural. Na França, em meados dos anos de 1960, constata que as mulheres visitam museus tanto quanto os homens, porém se caracterizam por ser maioria entre os visitantes com maior escolaridade⁴. No entanto, observa a predominância do visitante de sexo masculino nos museus de arte pesquisados na Europa, exceto na França, fato que atribui ao acesso ainda restrito das mulheres ao ensino superior⁵.

As análises da presença feminina nos equipamentos da cultura cultivada revelam que as práticas culturais permanecem fortemente sexuadas (Lehingue, 2003; Donnat, 2005), porém a escolha das fontes de análise e o intervalo temporal considerado fazem variar as características da evolução da relação entre o sexo e a escolha cultural. A leitura da evolução desta participação na sociedade francesa entre 1973 e 1997, a partir da comparação de algumas práticas que compõem a pesquisa sobre as práticas culturais dos franceses⁶, analisou o aumento, a diminuição e a manutenção do intervalo e da hierarquia das práticas culturais entre os sexos, categorizando-as como indiscriminadas (sem efeito de sexo), femininas, (aquelas com sobre-representação de mulheres) e masculinas (aquelas com sobre-representação de homens). Particularmente, no que diz respeito às saídas ou às visitas aos museus, estas fazem parte do grupo de práticas culturais com baixa diferenciação sexual. Na verdade, no que concerne à sociedade francesa, as visitas a museus nos últimos 12 meses eram majoritariamente masculinas, assim como a visita às galerias de arte, em 1973. Já em 1997, notou-se uma indiscriminação destas práticas, que passam a ser realizadas (ou declaradas), indiferentemente, por homens ou mulheres. Entre as práticas pouco determinadas pelo sexo, encontram-se aquelas praticadas principalmente em família: visita a monumentos históricos, a teatro, a museus. Outros espaços como os Zoológicos ou os Circos tornaram-se prioritariamente saídas “maternas”, na pesquisa de 1997.

Uma outra análise da participação feminina na cultura (Donnat, 2005), comparou dados da mesma pesquisa sobre as práticas culturais dos franceses de 1973 com

⁴ Em fait, le niveau d’instruction étant fixé, la connaissance du sexe ou de la catégorie socio-professionnelle des visiteurs ne fournit, en générale, que très peu d’informations supplémentaires.(...) Sans doute, les femmes de la classe supérieure vont elles plus souvent aux musées que les hommes (...). *L’amour de l’art*, p. 39.

⁵ « La distribution par sexe est aussi très semblable dans les différents pays, les hommes étant partout plus représentés que les femmes : si, à la différence de la France, la proportion reste inférieure à celle des hommes, même aux niveaux d’instruction les plus élevés, c’est que la part des femmes qui achèvent leurs études supérieures est inférieure à celle des hommes » *L’Amour de l’Art*, p.56.

⁶ *Les Pratiques Culturelles des Français*, realizada regularmente em um intervalo de 10 a 13 anos pela *Direction des Etudes et Prospective* do Ministério da Cultura francês.

informações produzidas pela pesquisa sobre a participação cultural e esportiva realizada em 2003⁷. O resultado da comparação considerando o intervalo de 30 anos apontou um crescente processo de feminização das práticas culturais. O interesse das mulheres pela arte e pela cultura é hoje superior ao dos homens: elas são mais numerosas a privilegiar os programas culturais na TV ou na imprensa, lêem mais livros, freqüentam mais amiúde (são mais assíduas e ecléticas) os diversos equipamentos culturais. Esta situação, longe de traduzir uma predileção antiga, tradicional, secular, (ou natural...) das mulheres pelo belo e o sensível, ou de refletir apenas uma repartição imutável dos papéis sociais no seio do espaço de lazer, resulta de profundas mudanças de nossa sociedade a partir dos anos de 1960. A renovação das gerações permitiu às mulheres ultrapassar os homens na maioria dos domínios culturais. As mulheres nascidas após 1960 são mais diplomadas que seus homólogos masculinos, possuindo uma formação artística ou literária e ocupam com maior freqüência posições profissionais indutoras de uma relação privilegiada com o lazer cultural. Ao mesmo tempo, no espaço doméstico, frequentemente são responsáveis pela (re) produção do desejo de cultura junto às crianças. (...) o ritmo de freqüentação dos equipamentos culturais é mais intenso junto às mulheres que aos homens. Há de atentar ainda para o fato de que grande parte das saídas ou visitas culturais se desenvolve em casal ou em família, o que sem dúvida, atenua as diferenças de engajamento individual e camufla o papel de emulação feminina às saídas culturais junto a seu companheiro (Lahire, 2004; Donnat, 2005).

Os estudos das práticas reais junto aos visitantes de 100 museus na França, realizado pelo Observatoire Permanent des Publiques no início dos anos 2000 – OPP- (Mironer, 2001), confirma a tendência das práticas declaradas. O público da maioria dos museus é majoritariamente feminino, fato de evidência principalmente nos museus de arte, mas também nos museus de ciência e principalmente naqueles relacionados às ciências da vida como os museus de história natural, os jardins botânicos e os zoológicos⁸. Os museus que atraem maior participação dos visitantes de sexo masculino

⁷ Pesquisa realizada pelo Insee.

⁸ As pesquisas de público realizadas durante a exposição de prefiguração no Muséum National d'Histoire Naturelle, em Paris, entre maio de 1991 e janeiro de 1992, confirmam a tendência à feminização da visita aos espaços do Jardin de Plantes e do MNHN de Paris. As mulheres estão mais familiarizadas com a museologia de objeto, próxima aos museus de arte e com as disciplinas das ciências da vida, campo científico onde são maioria, assim constituem uma alavanca de integração da ciência à cultura. Eidelman, Samson, Schiele, Van Praet, in Exposition de Préfiguration et Évaluation en Action, *La muséologie des sciences et des publiques*, Paris, PUF, 2000.

são os temáticos, cujos valores e representações estão associados ao mundo dos homens: museus de esporte, de armas, de guerra, do ar e do espaço, foram alguns exemplos sinalizados na pesquisa do OPP. Existem ainda museus cujo tema aparece socialmente neutro, como alguns museus técnicos (museu da companhia das índias, do sal, da moeda). Fatores como o sítio histórico onde se encontram a poli valência e diversidade das coleções interessam homens e mulheres por motivos distintos. Centros da Cultura Científica e Técnica como a Cité des Sciences et de l'Industrie, em Paris, acolhem homens e mulheres em iguais proporções (Mengin e Habib, 2005)⁹.

No caso brasileiro, dados avançados por diversos estudos realizados apontam a prevalência de visitantes do sexo feminino (Almeida, 2003). Nas pesquisas do OMCC a distribuição do público visitante dos museus segundo o sexo (53,8% de mulheres) reflete, no Rio de Janeiro, as características da população de referência da Região Metropolitana do Rio de Janeiro, segundo os dados da PNAD 2004 (54,4%). No entanto, a pesquisa junto aos museus paulistas, (pesquisa 2006/2007) aponta prevalência de mulheres visitantes (62%), enquanto que na Região Metropolitana de São Paulo, a população feminina de 15 anos ou mais é de 53,3 % (PNAD, 2006). Entre Rio e São Paulo se observa o aumento da presença feminina em cerca de 11% das visitas. Um dos fatores de explicação desta prevalência pode ser a natureza temática dos museus na mostra da pesquisa paulista¹⁰.

No entanto, constatar a maior presença ou a adesão feminina em oposição à masculina nos museus, não constitui por si um problema de gênero. Importa compreender o significado da prática para os que a realizam assim como para o grupo e contexto sociocultural de referência. A revisão da literatura sobre relações de gênero nas interações familiares (Gentry e Commuri, 2003) aponta que os papéis de gênero estão mudando e que para se conseguir compreender estas mudanças é importante considerar três dimensões ou eixos de pesquisa: o individual, (onde se aborda a construção das

⁹ No entanto, esta repartição varia segundo o local dentro da Cite. Na exposição permanente que trata de múltiplos assuntos, homens e mulheres estão igualmente representados, na Cité des Enfants, voltada para as crianças de até 12 anos, as mulheres estão ligeiramente mais representadas. No entanto, segundo a categoria etária, a distribuição entre homens e mulheres na Cité des Enfants pode ser equivalente quando a idade do acompanhante é de 40 a 49 anos, p.21, *Lês Visiteurs, Synthèse des Études 1986-2004*, de Mengin e Habib, 2005.

¹⁰ A pesquisa foi realizada junto a 12 instituições: Pinacoteca do Estado/Estação Pinacoteca; Museu Casa de Portinari; Museu Histórico Pedagógico Índia Vanuúre; Museu Lasar Segall; Museu da Imagem e do Som; Memorial do Imigrante; Museu da Casa Brasileira; Museu de Arte Moderna de São Paulo; Museu de Arqueologia e Etnologia da USP; Museu do Café de Santos; Museu da Língua Portuguesa; Paco das Artes.

diferenças imputadas pelo sexo e por relações de gênero como constitutivas da identidade do sujeito) – visitar museus consistiria em prática (contemplativa, sensível), adaptada à natureza feminina?; o interativo: onde a relação de gênero de toda natureza ocorre a partir e na interação entre homens e mulheres que procuram corresponder às expectativas dos outros na interação, os papéis sexualmente construídos da mulher como educadora, agenciadora do tempo de lazer da família, interessada pelas artes e pela cultura definem e explicam a presença feminina nos museus? Finalmente, o terceiro aspecto a se considerar é aquele que investiga como as relações de dominação, competição ou solidariedade entre homens e mulheres se cristalizam nas instituições culturais e sociais, responsáveis pela atualização destas relações ao proporem papéis sexualmente diferenciados (ex: na família, no trabalho, na política, na cultura e na arte...), os museus constituem espaços onde as mulheres reafirmariam expertise em certos territórios de conhecimento e investiriam no enriquecimento cultural como reforço identitário? Onde confortariam a imagem da competente mãe iniciadora cultural? Existem diferenças entre os sexos na ocupação dos espaços culturais? Ocupam estes espaços da mesma maneira? Quem e quando decide sair para onde, no tempo livre da família? Homens e mulheres participam igualmente na construção das tradições e costumes? Quem decide o que deve ser lembrado? As relações de gênero aparecem no patrimônio exposto nos museus? Como os museus poderiam contribuir para valorizar o papel da mulher na cultura e discutir a desigualdade entre os sexos?

As relações de gênero quando pensadas no âmbito de uma reflexão sobre as condições e significados do uso social de espaços cultivados como o museu, podem provocar questões sobre os processos de construção da (*in*) *consciência* de classe (sexualmente distinta?). Desvelam situações de desigualdade entre homens e mulheres diante da construção do significado das práticas culturais, de situações objetivas de desigualdade no mercado de trabalho; diante de papéis sociais sexualmente estabelecidos, da ênfase na missão feminina de educar e perpetuar a cultura no seio familiar, entre as gerações, ou mesmo em grupos ampliados; iluminam a relação feminina com os campos do conhecimento, como por exemplo, com a ciência, a relação entre a condição feminina e a participação no espaço político e no espaço público. As relações de gênero dialogam com a importância das mudanças estruturais da sociedade referentes ao acesso à educação, a participação feminina no mercado de trabalho; a reorganização das tarefas nas relações intrafamiliares. O exercício aqui proposto indaga, sem adiantar simpatia por

qualquer resposta possível: a reflexão sobre a diversidade e sobre as relações de desigualdade social na produção e na apropriação da cultura pode se beneficiar de uma análise orientada das relações de gênero?

2. O Observatório de Museus e Centros Culturais: o instrumento e a base de dados

Este estudo foi desenvolvido considerando os resultados obtidos na Pesquisa Perfil-Opinião 2005, realizada pelo Observatório de Museus e Centros Culturais (OMCC) em 11 museus e que será repetido em outras instituições museológicas, de forma periódica. O Observatório é um programa de pesquisa e serviço sobre museus e instituições afins que 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 (I Boletim, 2006). O questionário, composto de questões fechadas ou semi-abertas, foi escolhido como instrumento de coleta de informações sobre públicos visitantes de museus. Este instrumento produz dados estatísticos referentes às práticas reais de visita, ou seja, construídos junto ao público em situação de visita aos museus considerados no estudo.

Foi concebido para ser preenchido tanto pelo visitante (auto-aplicado) como por um entrevistador. O questionário foi estruturado em quatro blocos, a saber: antecedentes e circunstâncias da visita; opinião sobre os serviços oferecidos nos museus; hábitos de visita a museus e centros culturais e perfil sócio-econômico do visitante. A pesquisa investigou visitantes com 15 anos ou mais de idade, em situação de visita a um museu, pagante ou não pagante, que não participava de visita organizada por escolas.

Na grande maioria dos museus parceiros, a seleção dos informantes foi realizada por método de seleção de amostragem sistemática dos visitantes, tendo sido especificado, para cada Museu, o intervalo de amostragem (ou de seleção) e o ponto de partida. No dimensionamento da amostra foi considerado o número médio de visitantes, por mês, a partir do qual se estima o número médio de visitantes esperado durante o período da pesquisa. A amostra foi dimensionada, de forma independente, para fornecer um erro máximo absoluto no valor de 5% na estimação de uma proporção, com um grau de confiança de 95%. Na Tabela 1 são apresentadas as instituições museológicas participantes da pesquisa, o número de entrevistas realizadas e o percentual de mulheres em cada um dos museus investigados. Observa-se que o público feminino é maioria e pode variar segundo o museu visitado.

Tabela 1: Museus participantes da Pesquisa Perfil-Opinião 2005, número de entrevistas realizadas e percentual de visitantes do sexo feminino na amostra

Museus	Questionários válidos	Visitantes do sexo feminino
Museu Aeroespacial	349	32%
Museu de Astronomia e Ciências Afins	428	56%
Museu do Universo – Planetário da Cidade	380	52%
Museu da Vida	266	75%
Museu Casa de Rui Barbosa	384	66%
Museu Histórico Nacional	293	51%
Museu do Primeiro Reinado	327	51%
Museu do Índio	95	51%
Museu Nacional de História Natural	331	50%
Museu Antonio Parreira	161	56%
Museu de Arte Contemporânea de Niterói	393	49%
Total	3.407	54%

Fonte: Cadastro dos museus participantes da Pesquisa Perfil-Opinião 2005, OMCC

A presença feminina se faz notar principalmente no Museu da Vida (75%) e no Museu Casa de Rui Barbosa (66%), mas também no Museu de Astronomia e Ciências Afins (56%) e no Museu Antônio Parreiras (56%), enquanto que os homens são a maioria no Museu Aeroespacial (68%). Nos demais museus mulheres e homens estão igualmente representados. O interesse feminino pelas ciências da vida (atualmente um campo científico majoritariamente feminino) e pelas ciências humanas¹¹, ajuda a compreender a prevalência das mulheres no Museu da Vida e no Museu Casa de Rui Barbosa. No entanto, além do tema cabe salientar o tipo de visita mais frequente em cada instituição. Assim, embora a Astronomia e a física não sejam temas considerados femininos, o Museu de Astronomia e Ciências Afins costuma atrair as visitas em família, que contam quase sempre com a presença materna.

3. Análise exploratória dos dados

Embora a idade modal das visitantes esteja compreendida na classe de idade entre 30 e 39 anos, observa-se na Tabela 2 que 39% das visitantes têm idade inferior a 29 anos,

¹¹ Pesquisas realizadas sobre os centros de interesse da curiosidade científica dos franceses, ampliando a definição do campo científico para além das ciências exatas, afirmam que a curiosidade científica não é a mesma segundo o sexo e a idade dos públicos. As ciências da vida, a medicina, as ciências humanas e sociais interessam principalmente às mulheres. As ciências físicas e as matemáticas constituem o centro de interesse dos jovens de sexo masculino; as novas tecnologias da informação/comunicação e do áudio visual interessam particularmente aos mais jovens, sejam eles homens ou mulheres, in de Mengin e Habib, *Lês Visiteurs, Synthèse des études 1986-2004*, 2005.

caracterizando, portanto, um grupo jovem expressivo de visitantes nos museus considerados na pesquisa. Note-se que 51% do público masculino se concentram na faixa entre 30 e 49 anos. As categorias onde se observa maior diferença entre homens e mulheres são as de 15 a 19 anos, (com menos 6% de presença masculina) e inversamente, a categoria entre 40 e 49 anos, com mais 6% de mulheres. Entre todos os visitantes com idade entre 15 e 19 anos, 68% são mulheres.

Tabela 2: Distribuição dos visitantes, por classe de idade

Classe de idade	Mulheres	Homens
Entre 15 e 19 anos	14%	8%
Entre 20 e 24 anos	13%	11%
Entre 25 e 29 anos	12%	13%
Entre 30 e 39 anos	26%	26%
Entre 40 e 49 anos	19%	25%
Entre 50 e 59 anos	9%	9%
Mais de 60 anos	7%	8%
Total	100%	100%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2005, OMCC

Os resultados apresentados na Tabela 3 indicam o alto nível de escolaridade da maioria das visitantes, uma vez que 71,5% têm no mínimo o nível superior incompleto.

Tabela 3: Distribuição dos visitantes por sexo, segundo o nível de escolaridade

Nível de Escolaridade	Mulheres	Homens
Sem instrução escolar	0,2%	0,2%
Ensino fundamental incompleto	2,0%	1,7%
Ensino fundamental completo	2,7%	2,7%
Ensino médio incompleto	9,6%	7,0%
Ensino médio completo	14,0%	17,3%
Ensino superior incompleto	24,4%	23,0%
Ensino superior completo	28,1%	30,0%
Pós-graduação em diante	19,0%	17,4%
Total	100,0%	100%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2005, OMCC

Embora não se observem diferenças importantes entre o nível de escolaridade das visitantes do sexo feminino e dos visitantes do sexo masculino, considerando a Tabela 3a subsequente, dentre o total dos visitantes com nível superior incompleto (23%) e com pós-graduação (18%), as mulheres representam mais da metade, 55% e 56%

respectivamente, enquanto que a relação se inverte entre os visitantes com ensino médio completo (16%), onde os homens representam 51,5 % contra 48,5 % de mulheres. A presença feminina nos museus parece respeitar as condições sociais do acesso à cultura cultivada, indicando que se trata prioritariamente de um público feminino com alto capital escolar, assim como o aumento do acesso feminino à educação superior também no Brasil.

Tabela 3a: Distribuição dos visitantes por nível de escolaridade, segundo o sexo

Nível de Escolaridade	Mulheres	Homens	Total
Sem instrução escolar	50%	50%	100%
Ensino fundamental incompleto	58%	42%	100%
Ensino fundamental completo	54%	46%	100%
Ensino médio incompleto	62%	38%	100%
Ensino médio completo	48,5%	51,5%	100%
Ensino superior incompleto	55%	45%	100%
Ensino superior completo	52%	48%	100%
Pós-graduação em diante	56%	44%	100%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2005, OMCC

Em uma análise considerando cor/raça autodeclarada, identificou-se a predominância das brancas (68,0%), seguidas pelas que se autodeclararam pardas (22,8%) e pretas (6,8%), conforme a Tabela 4. Tais resultados apontam que a elitização presente na sociedade fluminense também parece ocorrer no público feminino dos museus investigados.

Tabela 4: Distribuição das visitantes por cor/raça autodeclarada, segundo o museu e a PNAD/RM-RJ

Cor/Raça	Museus	PNAD/RM-RJ
Branco	68,0%	55,4%
Preto	6,8%	11,5%
Pardo	22,8%	32,8%
Amarelo	1,6%	0,2%
Indígena	0,8%	0,1%
Total	100,0%	100%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2005, OMCC e PNAD/RM-RJ, IBGE

A maioria das mulheres entrevistadas, 69% sabia da existência do museu visitado há pelo menos um ano, conforme indicam os resultados da Tabela 5. Por outro lado, 16%

ficaram sabendo da existência do museu há menos de uma semana da data da visita, enquanto que 15%, há menos de um ano. Os resultados indicam que a notoriedade do museu (o fato de ser conhecido) e a prática de visita não coincidem obrigatoriamente. Na verdade, considerando que 64% das mulheres visitavam o museu pela primeira vez¹² e que 69% dentre as visitantes sabiam da existência do museu visitado há pelo menos um ano, pode-se sugerir que não é apenas a informação sobre a existência do local, mas também a renovação periódica do acesso a esta informação além de outros fatores, os determinantes da decisão de visita. Tais fatores dizem respeito, por exemplo, ao ciclo de vida, como a entrada na vida adulta, o casamento, o nascimento e o crescimento dos filhos, ou ainda a conclusão do ensino médio e o início dos estudos superiores. As fases da vida oportunizam de formas diferenciadas a maior influência de amigos, familiares ou outros (professores, colegas de trabalho), na escolha das saídas culturais. Na mostra a classe modal etária das mulheres é aquela entre 30 e 39 anos, em geral, fase de estabelecimento da família, nos dias atuais. Um conhecimento da instituição adquirido ainda durante os estudos secundários ou universitários pode então ser atualizado. Da mesma forma, 39% das visitantes são jovens (15 a 29 anos), podendo atualizar informações provenientes dos espaços da educação anterior e dos amigos atuais, atores importantes da socialização cultural dos jovens.

Tabela 5: Distribuição das visitantes, segundo o tempo de conhecimento da existência do museu visitado

Tempo de conhecimento	Percentual
Hoje	9%
Há menos de uma semana	7%
Entre uma semana e um mês	6%
Entre um mês e um ano	9%
Entre um ano e cinco anos	20%
Há mais de cinco anos	49%
Total	100%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2005, OMCC

¹² Foi realizado um filtro subdividindo a mostra de visitantes femininos e masculinos. Para cada subgrupo foi averiguada a questão: *Visita o museu pela primeira vez*, dicotômica (sim; não). Entre os homens, 59% são primo visitantes, enquanto que entre as mulheres, 64 % visitam o museu pela primeira vez.

Considerando o tempo transcorrido entre a última visita e a atual, 43% declararam ter visitado o museu há menos de um ano, enquanto 17% entre um e dois anos e 24% há mais de cinco anos, conforme indicam os resultados da Tabela 6.

Tabela 6: Distribuição das visitantes, segundo o tempo transcorrido entre a última visita e a atual

Tempo da última visita	Percentual
Há menos de seis meses	25%
Entre seis meses e um ano	18%
Entre um e dois anos	17%
Entre dois e cinco anos	16%
Há mais de cinco anos	24%
Total	100%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2005, OMCC

Com relação à frequência de visitas a museus ou centros culturais nos 12 meses antecedentes à data de realização da pesquisa, 40% declararam ter visitado mais de três vezes, 36% visitaram duas ou três vezes, enquanto que 24% visitaram uma vez nos 12 meses antecedentes à visita (Tabela 7). Estes resultados parecem indicar a existência de um subgrupo da população feminina fluminense que é freqüentador/visitante assíduo de museus ou centros culturais.

Tabela 7: Distribuição das visitantes segundo a frequência de visita a museus ou centros culturais nos últimos 12 meses

Frequência de visita a museus nos últimos 12 meses	Percentual
Uma vez	24%
Duas ou três vezes	36%
Mais de três vezes	40%
Total	100%

Fonte: Pesquisa Perfil-Opinião 2005, OMCC

Dentre as mulheres que declararam frequência de visita a museus ou centros culturais nos último 12 meses, mais de três vezes, 41% têm idade entre 25 e 39 anos, enquanto que 27% são jovens, com idade entre 15 e 24 anos. Para estas mulheres, a visita ao museu é um programa compartilhado com familiares (41%), somente com amigos ou namorado (26%) e com familiares e/ou amigos (18%). A maioria (67%) exerce atividade remunerada.

4. Abordagem analítica

O objetivo principal deste trabalho é o de investigar os principais fatores que explicam a visita a museus ou centros culturais do público feminino entrevistado na pesquisa Perfil-Opinião 2005 do OMCC. Para estimar o efeito dos fatores que possam explicar este fenômeno social com os devidos controles, um modelo com múltiplas variáveis oriundo da Regressão Logística foi ajustado. Essa técnica de modelagem teve origem na necessidade de se criar modelos nos quais as variáveis dependentes (aquelas que se quer explicar) são dicotômicas ou binárias, assumindo apenas dois valores, ou melhor, estão contidas em intervalos finitos de valores (entre 0 e 1).

A interpretação dos parâmetros é feita em função dos valores encontrados na equação do modelo ajustado. Quando uma determinada variável não apresenta efeitos estatisticamente significativos para a determinação da probabilidade de ocorrência de um evento, o valor de β (beta) é igual a zero. Valores de β maiores que zero indicam um aumento da probabilidade, e valores menores que zero sua redução.

Outra possibilidade de interpretação dos parâmetros da equação é a que indica a exponenciação do coeficiente associado a cada uma das variáveis explicativas. Representa a razão de chances (*odds ratio* – *OR*) e indica como as chances se modificam quando se transita entre diferentes categorias de um mesmo fator, sendo a categoria de partida o nível adotado como nível de referência. A *OR* representa a mudança nas chances de se observar o evento, quando uma variável explicativa é elevada em uma unidade, mantendo-se todas as outras variáveis constantes.

Caso a *odds ratio* assumira o valor 1, as chances de ocorrência do evento não sofrem alterações na presença de um dado fator. Caso assumira valores maiores que a unidade, as chances sofrem um aumento. E se o valor assumido é menor do que 1, as chances sofrem uma redução. Ou seja, valores positivos dos coeficientes (o que equivale a $\exp\beta > 1$) indicam maiores chances de ocorrência do evento e valores negativos (o que equivale a $\exp\beta < 1$) indicam o contrário.

Para conhecer os principais fatores que explicam a visita a museus ou centros culturais do público feminino entrevistado na pesquisa Perfil-Opinião 2005 do OMCC, procedeu-se o ajuste de um modelo de regressão logística. Foram consideradas as informações obtidas em $n = 1.601$ questionários válidos. O Quadro 1 apresenta a definição da variável resposta (*Y*), considerada uma *proxy* do hábito de visita a museus

ou centros culturais nos 12 meses que antecederam a data da entrevista, bem como a definição do elenco de variáveis explicativas (Anexo 1: descrição completa das variáveis utilizadas). A escolha deste elenco foi definida a partir da análise exploratória dos dados, tendo sido incorporadas ao modelo apenas as variáveis que se mostraram estatisticamente significativas (nível de 5% de significância).

Quadro 1: Variáveis utilizadas no modelo de regressão logística

Variável	Tipo de variável Codificação	Descrição
DEPENDENTE		
Visita museus ou centros culturais	Dicotômica 1 = sim	Se a visitante entrevistada visitou museus ou centros culturais nos últimos 12 meses que antecederam a data da visita.
EXPLICATIVAS		
Tempo da última visita ao museu	Catégorica 1 = há menos de 6 meses 2 = entre 6 meses e 1 ano 3 = entre 1 e 2 anos 4 = entre 2 e 5 anos 5 = há mais de 5 anos 6 = não visitou	Tempo transcorrido entre a última visita ao museu e a visita atual. Computada pela soma das variáveis “primeira vez que visita o museu” e “última visita ao museu”. A variável foi recodificada em cinco <i>dummies</i> .
Tempo de conhecimento da existência do museu	Catégorica 1 = hoje 2 = há menos de 1 semana 3 = entre 1 semana e 1 mês 4 = entre 1 mês e 1 ano 5 = entre 1 e 5 anos 6 = há mais de 5 anos	Tempo de conhecimento da existência do museu visitado. A variável foi recodificada em cinco <i>dummies</i> .
Local da residência principal	Catégorica 1 = área de planejamento 1 2 = área de planejamento 2 3 = área de planejamento 3 4 = área de planejamento 4 5 = área de planejamento 5	Local da residência principal da visitante, segundo as áreas de planejamento. A variável foi recodificada em quatro <i>dummies</i> .
Cor/Raça autodeclarada	Catégorica 1 = branco 2 = preto 3 = pardo 4 = amarela 5 = indígena	Cor/Raça autodeclarada pela visitante. A variável foi recodificada em quatro <i>dummies</i> .
Exercício de atividade remunerada	Dicotômica 1 = sim	Exercício de atividade remunerada declarado pela visitante.
Modalidade de visita	Dicotômica 1 = sim	Se a visitante entrevistada está visitando o museu, sozinha.

5. Resultados

Nesta seção serão apresentados os resultados da estimação do modelo de regressão para conhecer os principais fatores associados à visita feminina a museus ou centros culturais. Na Regressão Logística, a função de ligação utilizada é definida como $\text{logit}(p)$ e está associada às chances de um visitante das instituições museológicas pesquisadas ter freqüentado museus ou centros culturais ao longo dos 12 meses que antecederam a data da pesquisa.

$$\ln\left(\frac{\pi_i}{1-\pi_i}\right) = \mu + \beta_{ji}^{U.V.} X_i^{U.V.} + \beta_{ki}^{C.M.} X_i^{C.M.} + \beta_{li}^{L.R.P.} X_i^{L.R.P.} + \beta_{mi}^{COR} X_i^{COR} + \beta_{ni}^{A.R.} X_i^{A.R.} + \beta_{oi}^{M.V.} X_i^{M.V.}$$

onde,

π_i : probabilidade da i-ésima visitante entrevistada ter freqüentado museus ou centros culturais;

$\beta_{ji}^{U.V.}$: efeito da j-ésima categoria “tempo da última visita ao museu” (U.V);

$\beta_{ki}^{C.M.}$: efeito da k-ésima categoria “tempo de conhecimento da existência do museu visitado” (C.M);

$\beta_{li}^{L.R.P.}$: efeito da l-ésima categoria “local da residência principal da visitante” (L.R.P);

β_{mi}^{COR} : efeito da m-ésima categoria “cor/raça autodeclarada” (COR);

$\beta_{ni}^{A.R.}$: efeito da i-ésima variável explicativa “exercício de atividade remunerada” (A.R)

$\beta_{oi}^{M.V.}$: efeito da i-ésima variável explicativa “modalidade de visita” (M.V).

O modelo ajustado com o uso do software *SAS System* (versão 9.1.3) explica 65% da variabilidade total da variável resposta, caracterizando uma boa adequação aos dados.

Não há contradição entre o fato de a maior parte do grupo de freqüentadoras de museus ser composto por mulheres jovens (40% das visitantes têm idade inferior a 29 anos) e o fato de a variável idade da mulher não aparecer entre as que foram consideradas mais relevantes no modelo de regressão logística ajustado. Da mesma forma, embora esperado, o nível de escolaridade não aparece como uma variável preditora para a prática de visita a museus ou centros culturais da visitante. A ausência destas variáveis no modelo reflete a intensidade do efeito do nível das demais variáveis retidas no modelo, a saber: tempo da última visita ao museu; tempo de conhecimento da existência do museu visitado; cor/raça autodeclarada; modalidade de visita (se ela visita o museu, sozinha ou

acompanhada); exercício de atividade remunerada e local da residência principal (área de planejamento).

A tabela subsequente apresenta a razão de chances (*odds ratio* = OR) estimada para as variáveis incluídas no modelo. Na seqüência, uma discussão que envolve a interpretação das ORs dos fatores associados à visita feminina a museus ou centros culturais por meio de seus efeitos principais (0 = sem efeito ou estatisticamente não significativo; <1 = negativo (-); entre 1 e 1,5 = (+); entre 1,5 e 2,0 = (++) e >2 = (+++).

Tabela 8: Modelo de regressão para os principais fatores associados à visita feminina a museus ou centros culturais

Variáveis Explicativas	OR (<i>ExpB</i>)	Efeito
Tempo da última visita ao museu		
Não visitou (referência)		
Há menos de 6 meses	1,464	0
Entre 6 meses e 1 ano	2,916****	+++
Entre 1 e 2 anos	1,425	0
Entre 2 e 5 anos	1,040	0
Há mais de 5 anos	0,593****	-
Conhecimento da existência do museu		
Há menos de 1 semana (referência)		
Hoje	0,537***	-
Entre 1 semana e 1 mês	0,722	0
Entre 1 mês e 1 ano	0,979	0
Entre 1 e 5 anos	0,807	0
Há mais de 5 anos	0,994	0
Local da residência principal		
Área de planejamento 5 (referência)		
Área de planejamento 1	1,467	0
Área de planejamento 2	2,615****	+++
Área de planejamento 3	1,708	0
Área de planejamento 4	1,803	0
Cor/Raça autodeclarada		
Preto (referência)		
Branco	1,277*	+
Pardo	0,881	0
Amarela	0,662	0
Indígena	0,314**	-
Exercício de atividade remunerada		
Não (referência)		
Sim	1,420***	+

Continua na página seguinte.

Continuação.

Modalidade de visita		
Não (referência)		
Sim	1,767	0

Legenda: (****) p-valor $\leq 0,001$; (***) p-valor $\leq 0,010$; (**) p-valor $\leq 0,050$; (*) p-valor $\leq 0,100$.

A razão de chance $\exp(\beta)$ se refere às comparações individuais das categorias da variável resposta com a categoria de referência (base). As estimativas das razões de chances apresentadas na Tabela 8 indicam que as mulheres que declararam terem visitado o museu “entre um e dois anos” detêm 42,5% mais chances de terem prática de visitar museus ou centros culturais que aquelas que estavam visitando o museu pela primeira vez. Para as visitantes que declararam já ter visitado o museu “entre seis meses e um ano”, as chances de terem prática de freqüentar estas instituições são 2,9 vezes superiores às chances daquelas que as visitaram pela primeira vez.

Os resultados do ajuste efetuado indicam não existir diferença significativa nas chances da visitante que tem prática de visitar museus ou centros culturais e aquelas que declararam tempo da última visita inferior a seis meses (46,4% mais chances que as que visitavam o museu pela primeira vez). As visitantes cuja última visita ao museu foi realizada “há mais de cinco anos” detêm 41% menos chances (complementar de 59%) de ter prática de freqüentar museus ou centros culturais, comparadas com aquelas que visitam o museu pela primeira vez. Não surpreendem que as visitantes com maior capital de familiaridade com a instituição sejam aquelas com maiores chances de freqüentar museus e centros culturais. O fato das chances de visita a museus diminuírem quando a última visita ocorreu há mais de cinco anos é coerente com a idéia de que as visitas muito antigas denotam um distanciamento com relação à prática atual. A maior parte dos museus no Brasil como em outros países e continentes, conta com um fluxo de visitas mantido principalmente pela sua capacidade em atrair novos visitantes¹³ embora a saída ao museu não constitua uma prática popular ou universal. Na França, por exemplo, apenas de 40% da população de 15 anos ou mais declara ter visitado um museu nos último 12 meses (Donnat, 2005). Um estudo realizado pelo IBGE, apontava em 2002,

¹³ Mironer encontra na pesquisa realizada junto a 100 museus franceses que a maior parte dos visitantes realizara uma primeira visita ao museu investigado, porém declaram prática de visita a outras instituições nos meses anteriores, Mironer, L., **Cent Musées à la rencontre du public**, Paris: Directions des Musées de France, 2002, p. 123.

que apenas 20% da população dos bairros de Olaria, Bonsucesso, Ramos e Penha, declararam ter visitado um museu nos últimos 12 meses¹⁴.

Assim a prática intensa e regular tende a ser característica daqueles grupos cuja mobilização para a visita não se limita à descoberta da novidade, mas tende a aprofundar-se em visitas estudiosas, diversificadas, mais curtas e focadas.

Com relação ao tempo de conhecimento da existência do museu, as visitantes que declararam conhecer o museu “há menos de uma semana” detêm 38,5% (estimativa obtida por meio do inverso das chances estimadas “entre uma semana e um mês” versus “há menos de uma semana”) mais chances de serem freqüentadoras de museus ou centros culturais que aquelas que declaram conhecimento sobre o museu “entre uma semana e um mês”. Da mesma forma, as visitantes que declararam conhecer o museu “há menos de uma semana”, detêm 86,2% (estimativa obtida por meio do inverso das chances estimadas “entre uma semana e um mês” versus “há menos de uma semana”) mais chances de ter a prática de freqüentar museus ou centros culturais do que aquelas que declaram saber da existência do museu no dia da visita. O intervalo entre o tempo de conhecimento ou a notoriedade da instituição e a prática efetiva da visita pode indicar, para aquelas que souberam sobre o museu no dia da visita, uma dinâmica de visita pautada na aleatoriedade, no acaso, diminuindo as chances de uma prática de visita regular (fruto de um planejamento, do hábito de busca da informação). Por outro lado, as fortes chances de visita daquelas que souberam sobre o museu há menos de uma semana, indicam um processo de busca orientada pela informação ou ainda a disponibilidade de dar uma resposta imediata a partir do acesso à informação sobre o museu. O intervalo hebdomadário é, em geral, aquele que permite organizar a agenda cultural da semana. As chances diminuem, na medida em que a resposta à informação parece ser mais lenta (como no caso “do conhecimento entre uma semana e um mês”).

Os resultados obtidos no ajuste do modelo logístico indicam que ser mulher e da cor branca (conforme autodeclaração) implica ter, aproximadamente, 28% mais chances de possuir a prática de freqüentar museus ou centros culturais quando comparadas àquelas que se autodeclararam pretas, conforme indicam as estimativas das razões de chance apresentadas na Tabela 8. Já para as que se autodeclararam pardas, estas chances

¹⁴ Pesquisa realizada no âmbito do Curso de Desenvolvimento de Habilidades em Pesquisa, ministrado pela Escola Nacional de Ciências Estatísticas, IBGE, sobre Conhecimento do Museu da Vida e práticas culturais dos moradores dos bairros mencionados.

são aproximadamente 12% inferiores aquelas estimadas para as mulheres que se autodeclararam de cor preta, o que indica a cor/raça ser uma variável preditora da prática de visita a museus ou centros culturais para as mulheres entrevistadas. A variação de chances de visita a museus segundo cor/raça dialoga com a situação estrutural da sociedade brasileira, onde mulheres não brancas acumulam desvantagens com relação ao acesso à educação, ao nível de renda e à participação no mercado de trabalho, marcando o grau de excepcionalidade da visita para este grupo.

No que diz respeito à modalidade de visita, as mulheres que informaram estar visitando a instituição museológica sozinhas detêm 76,7% mais chances de terem a prática de visitar museus ou centros culturais. Considerando a diferenciação do acesso aos museus segundo o sexo, alguns analistas (Lehingue, 2003) haviam sinalizado o caráter sexualmente indiscriminado desta prática cultural, devido ao peso das visitas em família, reunindo igualmente homens e mulheres. Neste sentido, a visita feminina solitária sugere uma prática de exceção, que distingue um uso auto-referente da instituição, onde não raro se detecta a familiaridade e o interesse pelo tema tratado, pela cultura ou pela própria instituição (museu). A mulher visita a despeito ou além de sua condição de (re) produtora da cultura no seio familiar.

Já as visitantes entrevistadas que declararam desenvolver alguma atividade remunerada detêm 42% mais chances de terem este tipo de prática, comparada com aquelas que não exercem atividades remuneradas (aposentadas/pensionistas, desempregadas ou donas de casa). A entrada em massa da mulher no mercado de trabalho não diminuiu, ao contrário, colaborou para o desenvolvimento das atividades culturais, visto que o tempo livre e engajamento cultural não estão diretamente relacionados. Ao contrário, o fato de abrir-se para o mundo exterior ao lar incita à realização de práticas que ocorrem fora do domicílio (Donnat, 2005). No caso da sociedade brasileira, cabe lembrar que as mulheres que mais acederam ao mercado de trabalho foram aquelas com maior escolaridade e renda, acumulando os pré-requisitos à disposição para visitar os museus.

Considerando o local da residência principal das visitantes entrevistadas, as moradoras da Área de Planejamento AP2 (regiões administrativas de Botafogo, Copacabana; Lagoa; Vila Isabel; Tijuca e Rocinha) detêm 2,61 vezes mais chances que as residentes nas regiões administrativas de Bangu; Campo Grande; Santa Cruz;

Guaratiba e Realengo – AP5, indicando ser a distância física um fator inibidor da prática de visita a museus ou centros culturais para as mulheres do Rio de Janeiro e Niterói.

Já as moradoras da AP3, que engloba as regiões administrativas de Ramos; Penha; Méier, Inhaúma; Irajá; Madureira; Ilha do Governador; Anchieta e Pavuna são detentoras de 70,8% mais chances de terem a prática de visita a museus ou centros culturais que aquelas residentes na AP5. O Local de moradia confirma a importância da disponibilidade e da profusão de equipamentos e atividades (proximidade aos museus e aos locais que abrigam exposições temporárias) para o aumento de chances de visitas a museus e centros culturais.

Pode-se concluir que dentre as visitantes, aquelas que (i) se autodeclararam brancas; (ii) conhecedoras da existência do museu visitado há no máximo um ano ou há menos de uma semana; (iii) trabalhadoras remuneradas; (iv) moradoras da zona sul do Rio de Janeiro ou da Tijuca, Vila Isabel e Maracanã são as que têm a prática de frequentar museus ou centros culturais.

Visando identificar diferenças entre as visitantes dos diferentes museus quanto à prática de visita a museus ou centros culturais nos 12 meses que antecederam a data da pesquisa, ajustou-se um modelo logístico considerando como variável explicativa o museu. Na Tabela 9 são apresentadas as estimativas obtidas no modelo ajustado.

Tabela 9: Modelo de regressão somente com a variável “museu”

Variável Explicativa	OR (<i>ExpB</i>)	Efeito
Museu		
Museu Histórico Nacional (referência)		
Museu da Vida	0,316****	-
Museu de Astronomia e Ciências Afins	0,471*	-
Museu do Índio	0,298***	-
Museu Casa de Rui Barbosa	0,660	0
Museu do Universo – Planetário da Cidade	0,768	0
Museu Nacional	0,302****	-
Museu do Primeiro Reinado	0,542	0
Museu Antônio Parreiras	6,465****	+++
Museu de Arte Contemporânea de Niterói	0,571	0
Museu Aeroespacial	0,397**	0

Legenda: (****) p-valor $\leq 0,001$; (*** p-valor $\leq 0,010$; (**) p-valor $\leq 0,050$; (*) p-valor $\leq 0,100$.

Efeito: (0) = sem efeito ou estatisticamente não significativo; (<1) = negativo; (entre 1 e 1,5) = +; (entre 1,5 e 2,0) = ++ e (>2) = +++.

As visitantes do Museu Histórico Nacional têm, aproximadamente, no mínimo, 30% mais chances de frequentar museus ou centros culturais do que as demais visitantes, exceção às visitantes do Museu Antonio Parreira que têm 6,5 vezes mais chances que as visitantes do Museu Histórico Nacional, conforme indicam as estimativas das razões de chances apresentadas na Tabela 9.

As mulheres que visitaram o Museu da Vida, bem como aquelas que visitaram o Museu Nacional, detêm aproximadamente 70% menos chances de ter a prática de frequentar museus ou centros culturais que aquelas que visitaram o Museu Histórico Nacional. As visitantes do Museu de Arte Contemporânea, Museu do Primeiro Reinado e Museu de Astronomia e Ciências Afins têm aproximadamente 50% menos chances de ter a prática de visitar museus ou centros culturais que aquelas que visitaram o Museu Histórico Nacional.

A prática regular de saída ao museu, em oposição à uma visita ocasional, supõe uma adequação mais ou menos completa entre aquilo que o museu oferece a seu visitante (o produto ou serviço) e as capacidades de apreensão e significação das informações propostas (Bourdieu e Darbel, 1969). As visitantes do Museu Antônio Parreiras e, posteriormente, aquelas do Museu Histórico Nacional, parecem acumular competências de recepção mais sofisticadas, comprovadas diante de uma oferta menos popular, o que contribui para aumentar suas chances de frequentarem outros museus. Os museus de ciências e de história natural desenvolvem ações educativas ou de mediação, programas diversificados e estratégias de divulgação enfim, todo um conjunto de mensagens que, implicitamente, encontram maior ressonância junto às famílias e facilitam a diversificação do acesso. Por outro lado, o Museu de Arte Contemporânea de Niterói se caracterizou por um apelo midiático maior e por apresentar um poder de atração superior ao dos outros museus estudados¹⁵.

Assim, a temática desses museus ou ainda o tipo de relação construída, ao longo do tempo, entre uma instituição e seus públicos institui também um tipo de convite latente que reforça uma relação privilegiada entre determinados segmentos da sociedade e os tipos de “visitante ideal” que povoam o imaginário dos profissionais dos museus.

¹⁵ O MAC foi um dos raros museus onde as fontes de informação mais citadas incluíam a TV e as mídias de massa. Da mesma forma, o MAC atraía visitantes de outros municípios com maior frequência do que outros museus da amostra da pesquisa Perfil-Opinião 2005.

6. Considerações finais

A reflexão sobre a diversidade e sobre as relações de desigualdade social na produção e na apropriação da cultura pode se beneficiar de uma análise orientada para as relações de gênero? O exercício realizado sugere alguns fatores que parecem promover o acesso do público feminino aos museus ou centros culturais nos 12 meses antecedentes à data da realização da Pesquisa Piloto Perfil-Opinião 2005. No entanto, o acesso à cultura cultivada parece obedecer aos mesmos processos e leis, para homens, como para mulheres, onde a posição da mulher diante da cultura cultivada reflete sua posição no espaço social. Estudos sobre a relação de gênero e a cultura colocam em evidência que o próprio papel de gênero desempenhado pelas mulheres se modifica substantivamente segundo o efeito de escolaridade e a geração: assim, quanto maior o nível de escolaridade menos a variável “sexo” incide sobre a prática. O mesmo se observa para os mais jovens, cujas práticas parecem não variar significativamente segundo o sexo.

De fato, o processo de feminização da cultura resulta de transformações nas condições de socialização e dos modos de vida da geração pós-guerra. O progresso da escolarização beneficiou particularmente as mulheres, favorecendo o acesso à arte e à cultura. Atualmente, as jovens mulheres são mais diplomadas que seus colegas e mais numerosas a seguir uma formação literária ou artística. As meninas atravessam a etapa de entrada na vida adulta com maior engajamento cultural e a instalação na vida adulta se traduz, em geral, por um modelo de lazer mais centrado no domicílio, uma redução da sociabilidade amical e obviamente, a tendência a privilegiar as saídas em casal ou em família. Após o nascimento do primeiro filho as práticas femininas se tornam menos frequentes e diversificadas por certo período, porém excetuando os primeiros anos após o nascimento do filho a taxa de práticas femininas é sempre superior a dos homens (Donnat, 2005). De fato, as mulheres com maiores chances de visitar museus regularmente são majoritariamente brancas, acumulam capital de familiaridade com as instituições visitadas (não estão visitando pela primeira vez), respondem rapidamente à informação sobre um museu, mobilizando-se para uma visita, realizam visitas desacompanhadas, são economicamente ativas, residem na zona sul e na Tijuca.

A relação à cultura dos museus parece refletir as relações estabelecidas entre homens e mulheres em outras esferas da vida social. Dialoga com a inserção feminina e a divisão sexual de papéis no mercado de trabalho; a reorganização das tarefas domésticas

e a luta contra alguns estereótipos que contrapõem o mundo feminino ao mundo masculino nas bases de uma longa lista de termos/valores antagônicos como: público e privado, natureza e cultura, sensibilidade e razão, ciência e arte, cujos lucros simbólicos beneficiam, em geral, aos homens. No entanto, o valor de uma reflexão sobre cultura, museus e relações de gênero pode ser mais bem aproveitado em estudos que busquem avançar na observação das interações entre os sexos e os significados das práticas e situações compartilhadas. Muito do que ocorre na sociedade acontece por meio das interações. A identificação e a análise das ações estabelecidas entre os sexos no espaço social passam pela observação dos processos de interação pelos quais os indivíduos são avaliados, constroem referências identitárias, são reconhecidos ou desvalorizados, possibilitando a compreensão dos papéis sociais na organização da vida cotidiana. No espaço das interações podem-se conhecer as classificações que operam os próprios atores em seu cotidiano, pelas quais tentam modificar sua existência diária e mesmo os princípios de classificação, pois como em todas as dimensões da vida social, as relações entre os sexos e os papéis socialmente desempenhados não são estabelecidos de uma vez por todas. Os arranjos são revistos, se modificam.

Assim, os públicos de museus, de modo geral, devem ser vistos como um grupo em construção, compostos por segmentos sociais diferentes, segundo um dado período. A visita ao museu é uma experiência resultante de contextos pessoal, social e físico, ancorada em regras e referências mais ou menos compartilhadas entre visitantes, curadores, cientistas e diferentes segmentos da sociedade, passíveis de negociação durante a situação observada. O significado desta prática não resulta apenas de atributos do sujeito, mas se constrói na relação entre os praticantes e entre estes e cada museu. Por outro lado, a dimensão “distintiva” da apropriação socialmente legitimada da cultura deve ser examinada em sua diversidade. As motivações e os modos de visita a museus constituem processos cujo valor atribuído e os significados podem variar para homens e mulheres, jovens e idosos, visitantes com forte capital de familiaridade e neófitos. Neste sentido, vale mais buscar apreender **o como, o porquê, o para que**, do que apenas **o quanto** ou **quem**, aproveitando ao máximo a contribuição que a lente das questões de gênero pode trazer à compreensão dos usos socialmente discriminados e discriminantes dos museus.

6. Referências Bibliográficas

ALMEIDA, A., M., Quem visita nossos museus? Pesquisa de público no Brasil. Palestra proferida durante a **Oficina sobre Avaliação e Estudos de Público para a implantação do Observatório de Museus e Centros Culturais**, Petrópolis, novembro de 2003.

BORDIEU, P. A.; DARBEL, A.; SCHNAPPER, D. **L'amour de l'art , les musées d'art européens et leur public**. Paris: Les Éditions de Minuit, 1969.

BOURDIEU, P., **La Distinction, critique sociale du jugement**, Paris:Les Editions de Minuit, 1979.

BRAH, A. Difference, diversity, differentiation. **Cadernos Pagu**, n.26, p.329-376, Jan./June, 2006. “Disponível em”: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-83332006000100014&script=sci_abstract>, “Acessado em”: 7 de abril de 2008.

DOBSON, A. J. **An Introduction to statistical modeling**. 2ed. London: Chapman and Hall, 1990.

DONNAT, O., La feminization des pratiques culturelles, **Développement Culturel**, n.147, juin, 2005, 11p., tabl. ISSN 0294-8451.

EIDELMAN, J., SAMSOM, D., SCHIELE, B., VAN PRAET, M., Exposition de Préfiguration et évaluation en action. In: EIDEMAN, J., VAN PRAET, M., **La muséologie des sciences et ses publics, regards croisés sur la Grande Galerie de l'Évolution du Muséum national d'histoire naturelle**, Paris : PUF, 2000, p. 75-92.

GENTRY, J., W., COMMURI, S., JUN, S., Review of Literature on Gender in the Family, *Academy of Marketing Science Review*, volume 2003, no. 1. Available: <http://www.amsreview.org/articles/gentry01-2003.pdf>, Acessado em: 12 de setembro. 2008.

KOPTCKE, L. S.; CAZELLI, S.; LIMA, J. M. de. Observatório de Museus e Centros Culturais. Pesquisa Piloto Perfil-Opinião 2005. **I Boletim**, ano 01, agosto 2006, ISSN: 19802528.

LAHIRE, B., **La Culture des individus, dissonances culturelles et distinction de soi**, Paris: La Découverte, 2004.

LEHINGUE, P. Les différenciations sexuelles dans les pratiques culturelles, évolution 1973-1997. In: DONNAT, O. **Regards croisés sur les pratiques culturelles**. Paris: Ministère de la Culture et de la Communication, La Documentation Française, 2003, p. 107-128.

MENGIN, A. de, Habib, M. C., **Les Visiteurs de la Cité des Sciences et de l'Industrie, Synthèse des études réalisées de 1986 à 2004**, Paris: Cité des Sciences et de l'Industrie, 2005.

MIRONER, L., **Cent Musées à la rencontre du public**, Paris: Direction des Musées de France, Réunion des Musées Natonaux, 2003.

ANEXO 1

Descrição completa das variáveis utilizadas:

Variável dependente:

► Visita museus ou centros culturais: Variável dicotômica (1 = sim). Questão 3.1, Você visitou outros museus ou centros culturais nos últimos 12 meses? Categorias de resposta: *sim* e *não* (original da Pesquisa Perfil-Opinião 2005 do OMCC).

Variáveis explicativas:

► Tempo da última visita ao museu: Variável categórica (1 = há menos de 6 meses; 2 = entre 6 meses e 1 ano; 3 = entre 1 e 2 anos; 4 = entre 2 e 5 anos; 5 = há mais de 5 anos; 6 = não visitou). Computada pela soma da variável “primeira vez que visita o museu” (Questão 1.1, É a primeira vez que você visita este museu? Categorias de resposta: *sim* e *não* / original da Pesquisa Perfil-Opinião 2005 do OMCC) e da variável “última visita ao museu” (Questão 1.2, Quando foi sua última visita a este museu? Categorias de resposta: *há menos de 6 meses; entre 6 meses e 1 ano; entre 1 e 2 anos; entre 2 e 5 anos; há mais de 5 anos* / original da Pesquisa Perfil-Opinião 2005 do OMCC). A variável foi recodificada em cinco *dummies*.

► Tempo de conhecimento da existência do museu: Variável categórica (1 = hoje; 2 = há menos de 1 semana; 3 = entre 1 semana e 1 mês; 4 = entre 1 mês e 1 ano; 5 = entre 1 e 5 anos; 6 = há mais de 5 anos). Questão 1.3, Desde quando você sabe da existência deste museu? Categorias de resposta: *hoje; há menos de 1 semana; entre 1 semana e 1 mês; entre 1 mês e 1 ano; entre 1 e 5 anos; há mais de 5 anos* (original da Pesquisa Perfil-Opinião 2005 do OMCC). A variável foi recodificada em cinco *dummies*.

► Local da residência principal: Variável categórica (1 = área de planejamento 1; 2 = área de planejamento 2; 3 = área de planejamento 3; 4 = área de planejamento 4; 5 = área de planejamento 5). Obtida a partir dos códigos correspondentes aos bairros que integram as regiões administrativas das áreas de planejamento, conforme a classificação adotada pelo Instituto Pereira Passos e IBGE, originária da questão 4.10, Onde você mora (residência principal)? 1 – No município do Rio de Janeiro. Em que bairro? A variável foi recodificada em cinco *dummies*, considerando a categoria de visitantes cuja residência principal era em outro município do estado do Rio de Janeiro.

- ▶ Cor/Raça autodeclarada: Variável categórica (1 = branca; 2 = preta; 3 = parda; 4 = amarela; 5 = indígena). A variável foi recodificada em quatro *dummies*. Questão 4.5, Com relação à sua cor/raça, como você se considera? Categorias de resposta: *branco*; *preto*; *pardo*; *amarelo*; *indígena* (original da Pesquisa Perfil-Opinião 2005 do OMCC).

- ▶ Exercício de atividade remunerada: Variável dicotômica (1 = sim). Questão 4.6, Você exerce alguma atividade remunerada? Categorias de resposta: *sim* e *não* (original da Pesquisa Perfil-Opinião 2005 do OMCC).

- ▶ Modalidade de visita: Variável dicotômica (1 = sim). Questão 1.7, Você está visitando o Museu sozinho? Categorias de resposta: *sim* e *não* (original da Pesquisa Perfil-Opinião 2005 do OMCC).