

O ESTUDO DOS PÚBLICOS NOS MUSEUS NACIONAIS: ENQUADRAMENTO E METODOLOGIA

THE STUDY OF THE PUBLICS IN NATIONAL MUSEUMS: FRAMEWORK AND METHODOLOGY

L'ÉTUDE DES PUBLICS DANS LES MUSÉES NATIONAUX: CADRAGE ET MÉTHODOLOGIE

EL ESTUDIO DE LOS PÚBLICOS EN LOS MUSEOS NACIONALES: MARCO Y METODOLOGÍA

José Soares Neves

Instituto Universitário de Lisboa, Centro de Investigação e Estudos de Sociologia, Observatório Português das Atividades Culturais, Lisboa, Portugal

RESUMO: Em 2018 e 2019 foram publicados os resultados relativos aos 14 museus participantes no Estudo de Públicos de Museus Nacionais (EPMN), estudo pioneiro promovido pela Direção-Geral do Património Cultural (DGPC), entidade responsável em Portugal pelas políticas museológicas. Neste artigo, faz-se o enquadramento teórico-metodológico do estudo, identificam-se as abordagens teóricas mais influentes, as componentes e as dimensões do inquérito extensivo, incluindo uma dimensão qualitativa sobre a recolha e análise das opiniões e sugestões, os métodos e o dispositivo do trabalho de terreno. Termina-se sugerindo a continuidade do estudo e a diversificação dos objetos e dos métodos de análise.

Palavras-chave: públicos de museus, museus nacionais, políticas públicas.

ABSTRACT: In 2018 and 2019 were published the results for the 14 museums participating in the National Museum Audiences Survey, a pioneering study promoted by the Directorate-General for Cultural Heritage, the entity responsible for museum policies in Portugal. This article provides the theoretical and methodological framework of the study, identifies the most influential theoretical approaches, the components and dimensions of the extensive survey, including a qualitative dimension on the collection and analysis of opinions and suggestions, the methods and the arrangements of field work. It is suggested that the study should continue and that the objects and methods of analysis should be diversified.

Keywords: museum audiences, national museums, cultural policies.

RÉSUMÉ: En 2018 et 2019, ont été publiés les résultats pour les 14 musées participant à l'Étude nationale sur les publics des musées, une étude pionnière promue par la Direction générale du patrimoine culturel, l'entité responsable des politiques muséales au Portugal. Cet article fournit le cadre théorique et méthodologique de l'étude, identifie les approches théoriques les plus influentes, les composantes et les dimensions de l'enquête extensive, y compris une dimension qualitative sur la collecte et l'analyse des opinions et des suggestions, les méthodes et le dispositif du travail de terrain. Il est suggéré que l'étude se poursuive et que les objets et les méthodes d'analyse soient diversifiés.

Mots-clés: publics des musées, musées nationaux, politiques culturelles.

RESUMEN: En 2018 y 2019 se publicaron los resultados correspondientes a los 14 museos que participan en el Estudio de públicos de los museos nacionales, estudio pionero promovido por la Dirección General del Patrimonio Cultural, entidad responsable de las políticas de museos en Portugal. El presente artículo proporciona el marco teórico y metodológico del estudio, identifica los enfoques teóricos más influyentes, los componentes y las dimensiones del estudio cuantitativo, incluyendo una dimensión cualitativa sobre la recopilación y el análisis de opiniones y sugerencias, los métodos y el aparato de trabajo de campo. Se sugiere que el estudio continúe y que se diversifiquen los objetos y métodos de análisis.

Palabras-clave: públicos de los museos, museos nacionales, políticas culturales.

1. Introdução

O *Estudo de Públicos de Museus Nacionais* (EPMN) é um estudo pioneiro em Portugal de vários pontos de vista: pelo número de museus participantes, por serem museus nacionais (Bounia *et al.*, 2012), pela perspetiva comparativa adotada e pela duração da observação (doze meses). Em vários museus participantes foi – quer pela estratégia metodológica adotada, quer pela ausência de estudos de públicos anteriores – o primeiro alguma vez realizado e publicado (DGPC e CIES-IUL, 2016; Neves & Mourão, 2016).

Neste estudo participaram museus com tutela da Direção Geral do Património Cultural (DGPC) de diversos tipos: arte (sete museus, o tipo predominante), arqueologia (dois), especializados (três), etnologia e antropologia (um) e mistos e pluridisciplinares (um). Os museus participantes são, nomeadamente: Museu Nacional de Soares dos Reis (Porto); Museu Nacional Grão Vasco (Viseu); Museu Nacional de Machado de Castro (Coimbra); Museu Monográfico de Conimbriga – Museu Nacional (Condeixa); Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves, Museu Nacional de Arqueologia, Museu Nacional de Arte Antiga, Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado, Museu Nacional do Azulejo, Museu Nacional dos Coches, Museu Nacional de Etnologia, Museu Nacional da Música, Museu Nacional do Teatro e da Dança, Museu Nacional do Traje (Lisboa).

Os objetivos do estudo são a produção de informação atualizada e fiável sobre os públicos, para o conjunto e para cada um dos museus da DGPC, num leque alargado de dimensões que inclui os perfis sociais e de práticas culturais, a relação com o museu participante e com os museus em geral, as expectativas, as avaliações e as sugestões decorrentes da visita. Visa também, por esta via, promover o conhecimento (sociológico) sobre os diferentes *públicos* (Fleury, 2006: 31-35; Mantecón, 2009) e os desafios que as relações com os públicos colocam a muitas instituições museais (Camacho, 2008; Santos, 2008) numa perspetiva estratégica (Camacho *et al.*, 2015) e numa fase particular caracterizada pelo crescimento do número de visitantes decorrente do forte impacto do turismo (Neves, 2018), ocorrida na última década e que se prolongou até ao encerramento dos museus ao público em março de 2020 devido à pandemia do Covid-19.

A principal componente é o inquérito extensivo por questionário aos públicos *efetivos*, com 15 e mais anos e que visitaram pelo menos uma vez o museu, tendo como vertente primordial a visita às exposições. Embora recorra aos dados disponíveis nas estatísticas de visitantes, que a DGPC trata e difunde com regularidade desde meados da década de 1990³, não é esta a fonte utilizada na caracterização dos públicos. Estudos de públicos e estatísticas de visitantes constituem dois dos três vértices dos sistemas de informação estatística sobre a frequência dos museus (Donnat, 1994; Bollo *et al.*, 2012). O terceiro vértice é constituído pelos inquéritos à população sobre participação, práticas ou consumos culturais, comuns em muitos países como principal instrumento de aferição da relação das populações com as instituições e as atividades culturais, mas de que, diga-se de passagem, Portugal não dispõe. Tende-se, por isso, a sobrevalorizar os inquéritos do Eurobarómetro, limitados quanto à análise no plano nacional pelas amostras reduzidas e a grande generalidade das questões, mas com a vantagem da comparação inter-países à escala europeia. O mais recente, incidindo justamente na relação dos europeus com o património cultural, foi

³ Sobre as estatísticas de visitantes dos museus com tutela da DGPC consultar <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/dgpc/estatisticas-dgpc/>

publicado no fim de 2017 (Eurobarómetro, 2017), o qual permite sustentar características sociais já conhecidas a respeito dos perfis qualificados dos frequentadores culturais, e dos museus em particular, e confirma os baixos níveis de práticas de visita a museus ou galerias da população portuguesa.

O EPMN insere-se, pois, numa linha de investigação sobre públicos dos museus que a Lei-Quadro dos Museus Portugueses⁴ refere explicitamente no art.º 75, mas mais especificadamente sobre os museus *nacionais* (Oleiro, 2011; Silva & Camacho, 2011), com tutela do organismo responsável pelas políticas museológicas. Trata-se de uma linha de pesquisa que outros países têm desde há algum tempo em curso, entre eles Itália (Solima, 2012), Espanha (AAVV, 2011) no âmbito do seu Laboratório Permanente de Público de Museus (López, 2010), e a Dinamarca (Jensen & Lundgaard, 2013). É uma perspetiva a que os países de uma das organizações em que Portugal se insere – a Organização dos Estados Ibero-americanos – vêm prestando crescente atenção no âmbito do Observatório Ibero-americano de Museus do programa Ibermuseum (OIM/Ibermuseum, 2015).

Entre as referências mais influentes para o presente estudo importa mencionar o inquérito *L'Amour de L'Art*, obra sociológica seminal, de vários pontos de vista (teórico, metodológico, da proximidade com as políticas culturais, dos problemas a estas colocados pelo objetivo da democratização ou pela constatação das desigualdades sociais no acesso aos museus e à cultura cultivada) sobre os públicos de museus de arte na Europa (Bourdieu & Darbel, 1969[1966]). Nesta linha de estudos comparativos entre museus, os realizados em França, no âmbito do *Observatório Permanente dos Públicos*, na década de 1990 (Mironer, 1999), foram também particularmente influentes, bem como os realizados no Brasil, pelo Observatório de Museus e Centros Culturais (Koptcke, 2010; 2012).

Numa perspetiva crítica de Bourdieu, importa referir outras abordagens, mais recentes, que enfatizam a diversidade de relações com a cultura, e sua explicação, destacando as apetências e as motivações numa perspetiva individual, “que não o gosto ou paixão pessoais: a prática por obrigação escolar ou profissional, ou por constrangimento de ordem excepcional, a prática habitual sem gosto particular, o acompanhamento mais ou menos satisfatório de outros (crianças, cônjuge, amigos)...” (Lahire, 2008: 15-16). E ainda, os diferentes modos de relação com as instituições culturais (Costa, 2004), no caso presente os museus, chamando a atenção para que as relações com estas instituições não se esgotam na condição de públicos *efetivos* dos espaços físicos, antes tendem a incorporar nas sociedades da modernidade avançada, de forma mais ou menos cumulativa, mais ou menos diversa, outros modos decorrentes dos mecanismos educativos, económicos e comunicacionais, ou seja, temos ao dispor formas diversas de acesso aos acervos dos museus, sendo que a visita física é apenas uma entre outras, de que se procurou dar conta com um conjunto de questões sobre atividades relacionadas com museus⁵.

Uma das vertentes analíticas do estudo é quantitativa. Mas o estudo inclui ainda uma outra, qualitativa, que decorre das opiniões e sugestões formuladas pelos públicos no fim da visita. A análise das respostas obtidas, em grande número, classificadas num leque alargado de temáticas, visa facilitar a integração das experiências dos visitantes – utilizando os seus próprios discursos e

⁴ Lei n.º 47/2004, de 19 de agosto (Lei-Quadro dos Museus Portugueses).

⁵ O questionário do EPMN está disponível em todas as 14 publicações de resultados por museu.

reflexões numa perspetiva construtivista (Deeth, 2012) - nos processos de tomada de decisão de modo a, também nesta ótica, contribuir para aproximar as instituições dos públicos (Wells *et al.*, 2013), considerando que os visitantes se devem fazer ouvir no sentido de influenciar as políticas e a gestão dos museus (Kirchberg, 2007; Weil, 2007[2003]). Isto tendo em conta os fluxos turísticos para Portugal e seu impacto positivo no número de visitantes, mas tendo igualmente em atenção os efeitos prolongados no País da crise financeira e económica de 2008 (Garcia *et al.*, 2016) e dos constrangimentos de vária ordem que os museus enfrentaram. Esta vertente qualitativa constitui possivelmente um dos contributos mais inovadores do estudo, pelo método que esteve na base da recolha e tratamento e, sobretudo, pela exploração exaustiva, sobre um conjunto alargado de temáticas, do significativo *corpus* documental recolhido.

2. Estratégia metodológica

O EPMN é um estudo quantitativo, sendo o instrumento principal o inquérito por questionário aplicado em computador – *web survey* (Bryman, 2012[2001]), ou *computer kiosk* (Lord & Markert, 2007:67) –, autoadministrado (Mironer *et al.*, 2001: 431-432) no termo da visita, numa plataforma especializada (Lime Survey). É também um estudo comparativo entre os 14 museus participantes, com instrumentos de recolha de informação e, mais genericamente, procedimentos comuns (questionários, manual de terreno e ações de formação e de acompanhamento), salvaguardados os aspetos decorrentes da especificidade e das circunstâncias do trabalho de terreno de cada museu.

Para a organização do processo de inquérito foi constituído um pequeno grupo de trabalho central (DGPC e CIES-IUL) e para a aplicação do questionário foram criadas em todos os museus equipas constituídas por um reduzido número de funcionários (incluindo funcionários da bilheteira) e/ou voluntários coordenados pelo interlocutor do estudo. A descrição do trabalho realizado foi feita detalhadamente no *Relatório Interno de Balanço* (Mourão *et al.*, 2016).

A estratégia metodológica adotada inclui, para além do inquérito por questionário aos públicos, componente central do estudo, três outras componentes complementares: uma sobre os visitantes (estatísticas de visitantes da DGPC) e duas sobre os museus (caracterização do museu e programação/atividades durante o estudo). Com esta estratégia procurou-se, por um lado, apoiar o desenho da amostra e do questionário e, por outro, a interpretação dos resultados do inquérito. A tutela dos museus produz e disponibiliza publicamente dados estatísticos sobre os visitantes (ou, mais precisamente, sobre as *entradas*) dos museus tutelados. Os dados incluem as entradas no vasto conjunto de atividades e serviços dos museus, não se restringindo às atividades expositivas, e estão segmentados pela categoria de entrada. O tratamento destes dados – com vista à constituição da base de sondagem do estudo – foi fundamental para a determinação do universo e da amostra do inquérito.

A caracterização do museu foi feita inicialmente com base no preenchimento, pelos interlocutores no museu, de uma ficha. Esta ficha foi posteriormente complementada com uma outra, incidindo especificamente sobre as novas tecnologias de informação. Para além da exposição permanente, foco central da atividade dos museus e do estudo, os museus promovem (e acolhem) a realização de diversas atividades nos seus espaços, umas de duração mais prolongada (desde logo as exposições temporárias) outras pontuais, embora eventualmente inseridas em programas (e. g. ateliês dos serviços educativos). As atividades realizadas nos museus

ao longo de toda a duração do estudo foram igualmente apuradas com base no preenchimento de fichas por parte dos interlocutores nos museus.

O universo do estudo é constituído pelos públicos com 15 e mais anos, nacionais e internacionais, que entraram no horário normal de funcionamento dos museus e cuja visita incluiu, ainda que não exclusivamente, a componente expositiva, permanente e/ou temporária. Este universo distingue-se do conjunto dos visitantes do museu tal como resulta das estatísticas da DGPC. Foi construído a partir das referidas estatísticas recortando as categorias existentes nos apuramentos administrativos de modo a expurgar as categorias de entrada não consideradas no universo por inadequação aos objetivos do estudo: os menores de 14 anos; as entradas exclusivamente para atividades educativas ou de extensão cultural (sessões de teatro, ou cinema, ou outras); direcionadas para serviços (restauração, jardins, loja...); e usos dos espaços do museu (como por exemplo lançamento ou apresentação de produtos não diretamente relacionados com a atividade do museu) desde que sem a componente expositiva.

As dimensões analíticas (ou questões de pesquisa) que organizam as perguntas formuladas no questionário são várias e incluem a visita e a relação com o museu visitado, a relação com os museus e com um conjunto alargado de atividades culturais: Quem visita? Qual a relação com o museu? Com quem visitam? Qual a duração e as motivações da visita? Como se informaram sobre a visita? Que avaliações fazem do museu e da exposição? Qual a notoriedade e a visita dos Museus, Palácios e Monumentos da DGPC? Que posicionamentos face à gratuitidade? Quais as motivações, práticas e frequência de visita a museus? Quais as práticas culturais? A estas questões, cuja metodologia é quantitativa, acrescenta-se uma outra – Que opiniões e sugestões expressaram sobre o museu e as exposições? – cuja metodologia e análise é qualitativa.

O questionário – constituído por 38 questões, comum a todos os museus participantes e a todos os públicos, com exceção do grupo de três questões sobre tarifas de entrada e gratuitidade no acesso aos museus, restrita ao questionário em português – foi desenhado pelas equipas da DGPC e do CIES. Numa fase preliminar foram recolhidos os contributos dos diretores dos museus e de funcionários dos serviços centrais da DGPC, ligados ao estudo, e de colegas investigadores. Numa fase adiantada – já com o dispositivo de aplicação montado em cada museu e com preenchimento em computador – foi realizado um pré-teste num dos museus participantes. Optou-se por contemplar quatro idiomas (português, inglês, francês e espanhol) dada a possibilidade de abarcar um número maior de públicos, embora se reconheça que, ainda assim, isso constitui uma limitação do ponto de vista dos visitantes com outros idiomas, de que pode decorrer uma subestimação dos públicos estrangeiros (Mironer, Aumasson & Fourteau, 2001: 454).

No desenho do inquérito foram seguidos os princípios éticos (Bryman, 2012[2001]: 135-143) de forma a evitar: (i) prejudicar os participantes, designadamente por quebra de confidencialidade; (ii) ausência de consentimento informado; (iii) invasão da privacidade (anonimidade e confidencialidade); (iv) desapontamento. Teve-se também em conta a participação voluntária (Vaus, 2014: 56-61). Foi contemplada a possibilidade de recusa (*opt-out*) na abordagem inicial, no início do preenchimento ou mesmo já no decurso do preenchimento (com anulação das respostas já dadas). Foi garantido o anonimado e confidencialidade das respostas e dada a possibilidade de resposta facultativa na maioria das perguntas. Apenas num reduzido número de perguntas – no

essencial, as de caracterização sociográfica – se optou pela resposta obrigatória para prosseguir o preenchimento

3. Trabalho de terreno

O trabalho de aplicação do questionário foi realizado pela equipa do museu, constituída por funcionários e voluntários, coordenada pelo interlocutor do estudo. No período que antecedeu a aplicação do questionário a equipa central do estudo realizou diversos contactos, visitas e reuniões de trabalho com os diretores, interlocutores e equipas de bilheteira de cada museu. Durante a aplicação foram efetuados, com regularidade, pontos de situação, resolvidos os problemas, entretanto detetados, e esclarecidas dúvidas sobre diversos aspetos do inquérito. O conjunto dos procedimentos e orientações do processo de recolha de informação do estudo foi sintetizado num *Manual de Terreno*.

O acompanhamento da aplicação ao longo de todo o período foi assegurado pela equipa central, em articulação com as equipas nos museus, de diversas formas (elaboração de relatórios, controlo da plataforma eletrónica do inquérito, visitas, reuniões gerais com as equipas e contactos vários) e em diversos momentos. Para a divulgação do estudo foi criada uma linha gráfica que incluiu um logotipo, os materiais de informação e écran de computador. A informação prestada aos públicos sobre o estudo incluiu a colocação de *roll up* à entrada dos museus, disponibilização de folheto de informação na bilheteira agradecendo a colaboração, se solicitada, e a distribuição de um folheto, nos quatro idiomas do estudo, aos visitantes selecionados para responder ao inquérito. Os inquiridos foram informados de diversos aspetos do estudo, aquando da abordagem inicial, por parte das equipas que executaram o trabalho de terreno, bem como na fase que precedeu o preenchimento do questionário. A informação prestada incluiu, de diversas formas, o enquadramento institucional, os mecenias e os objetivos do estudo. Foi destinado um espaço específico nos museus para o dispositivo de preenchimento do questionário, situado no termo do percurso de visita, junto da bilheteira/da loja, de modo a permitir contacto visual entre funcionários e inquiridos, mas preservando sempre as condições de recato indispensáveis à confidencialidade das respostas. O espaço incluiu mesa com computador com ligação internet exclusiva para o inquérito, cadeiras e folhetos informativos sobre o estudo.

O trabalho de terreno do EPMN decorreu em permanência ao longo de 12 meses, mais precisamente entre 3 de dezembro de 2014 e 2 de dezembro de 2015. Esta duração longa teve como fatores justificativos a variabilidade dos contingentes de entradas (e eventualmente dos perfis dos públicos) ao longo do ano (sazonalidade), as diferentes atividades realizadas, designadamente as exposições temporárias, o relativo desconhecimento quanto às características dos visitantes e o objetivo de acompanhar eventuais alterações nos públicos. Os inquiridos, nacionais ou estrangeiros, foram selecionados por tiragem sistemática, à entrada no museu, a cada 10 visitantes, até perfazer as quotas diárias previamente definidas.

Procurou-se incentivar a participação e, sobretudo, simbolizar o apreço pelo tempo gasto na resposta disponibilizando uma pequena lembrança, uma estratégia comumente utilizada em inquéritos (Vaus, 2014: 135), de públicos (Lord & Markert, 2007:67), uma prática com a virtude de incentivar a resposta e de relembrar, no fim da visita, a solicitação de colaboração feita no início (Lehalle & Mironer, 1993:24-25; Mironer, Aumasson & Fourteau, 2001: 436; Santos & Neves, 2005; Amsellem, 2015: 146). A amostra do estudo, probabilística, representativa do universo em cada

museu, foi estratificada por nacionalidade (portuguesa/outra), por mês e por dia da semana (dias úteis/sábado/domingo e, quanto ao domingo, distinguindo os de entrada gratuita dos de entrada normal). A amostra final do EPMN é constituída por 13.853 questionários válidos, dos quais 53% estrangeiros.

Foram considerados válidos os questionários com as respostas obrigatórias preenchidas e submetidos pelos inquiridos. As respostas obtidas são de dois tipos – quantitativas e qualitativas. Os dados recolhidos na plataforma *online* (Lime Survey) foram transpostos para Excel (validação, tratamento de opções de resposta abertas) e depois – os quantitativos – para SPSS (criação das variáveis derivadas, análise estatística). Os dados qualitativos resultantes da pergunta aberta, facultativa, inserida no fim do questionário, destinada a recolher opiniões e sugestões, foram tratados e analisados em MAXQDA (codificação exaustiva de todas as respostas). O tratamento das respostas foi eminentemente qualitativo e indutivo através de um processo de codificação (Saldaña, 2013[2009]) tendo como unidade de análise a frase. O *corpus* documental, constituído por 6.656 respostas válidas (48% da amostra), foi classificado segundo uma grelha com dois níveis de codificação principais (18 códigos e 50 subcódigos). O método utilizado no tratamento e análise deste *corpus* é o designado por *Computer Assisted Qualitative Data Analysis* (CAQDAS). A estratégia adotada para a análise e interpretação do *corpus* documental, com base na *frase* como unidade de análise, seguiu a proposta em cinco fases por Patricia Leavy: preparação e organização dos dados; imersão inicial; codificação; categorização e tematização; interpretação (Leavy, 2017: 150-152).

4. Notas conclusivas

A realização do EPMN permitiu, de forma inédita, traçar as características dos públicos, das suas relações multifacetadas com cada museu participante, e com museus de um modo geral, num conjunto alargado de dimensões analíticas, numa perspetiva comparativa com o conjunto dos museus nacionais participantes. Procurou-se articular o conhecimento *sobre* os públicos e das opiniões *dos* públicos com as características dos museus, da sua história e do contexto em que está situado, dos acervos, da localização, do acesso público, dos serviços e das atividades realizadas, enfatizando, neste último ponto, a função comunicação e as atividades expositivas – um dos fulcros do mundo dos museus e deste estudo de públicos – mas destacando também as que são realizadas no âmbito do serviço educativo e as de extensão cultural. Teve-se ainda presente a evolução dos afluxos de visitantes com segmentação por nacionalidade. Os resultados foram detalhadamente explicitados nas publicações por museu – um folheto e um relatório – e nas sessões de apresentação realizadas em todos os museus, abertas ao público, mas especificamente direcionadas para o debate com as respetivas equipas. Os resultados globais foram também publicados (DGPC e CIES-IUL, 2016; Neves & Mourão, 2016).

Entre os resultados será de destacar desde logo a diferença entre *visitantes* (abreviadamente, todos os que entraram nos museus, independentemente do contexto e dos objetivos da visita) e *públicos* (aqueles que com 15 e mais anos que visitaram as exposições), designadamente porque aqueles são maioritariamente nacionais, estes maioritariamente estrangeiros (53%), com destaque para os franceses (no conjunto foram identificadas 99 nacionalidades). Do ponto de vista do perfil social, a confirmação de que se trata de públicos, na sua larga maioria, qualificados em termos escolares e socioprofissionais, perfil que se acentua, entretanto, entre os estrangeiros, e em que predominam as mulheres. Quanto à relação com cada museu, identificou-se uma elevada

predominância dos públicos estreadores (81%), e uma parte, ainda assim significativa, de públicos assíduos (13%). Por outro lado, ficou patente que a relação com estas instituições é marcada pela diversidade, ou seja, quase metade visita assiduamente (45%) museus e galerias. Por outras palavras, parte significativa dos públicos visita muitas vezes museus, mas cada museu apenas uma vez. Um outro dado: nos museus nacionais, as crianças e os jovens são o fulcro de muitas das visitas, com diferentes acompanhantes, familiares e/ou amigos. De facto, 17% dos públicos referiram realizar a sua visita a acompanhar crianças até aos 12 anos.

Estes são alguns dos resultados globais. Uma outra vertente do estudo, igualmente relevante para o conhecimento da relação dos indivíduos com os museus nacionais, advém da comparabilidade entre museus. A adoção do método comparativo permitiu identificar em que medida os resultados de cada um deles se aproximam ou se distanciam de cada um dos outros museus, e dos globais.

Feito neste artigo o enquadramento teórico-metodológico do estudo, descritas as condições criadas para o trabalho de terreno, e feita uma brevíssima abordagem aos resultados, a terminar importa reforçar a importância de dar continuidade à investigação sobre os públicos dos museus nacionais, designadamente tomando os seus resultados como novas questões de pesquisa, a que as mudanças provocadas pela Covid-19 vêm trazer um interesse acrescido. É sabido que a eficiência dos estudos para a produção de conhecimento e, logo, o seu contributo para informar o desenho das orientações estratégicas (Camacho *et al.*, 2015) e de desenvolvimento de públicos (Deeth, 2012; Potschka *et al.*, 2013), dependem largamente dessa continuidade. O que não significa que seja sempre seguida a mesma estratégia metodológica ou adotado um período de observação ou um foco analítico tão alargado como o do EPMN. De modo a dar conta das características dos diversos públicos, importa aprofundar o conhecimento que sobre eles que agora se adquiriu com recurso a outras metodologias, designadamente de avaliação, mas também qualitativas, delimitar segmentos de públicos cujo estudo se mostre mais relevante aprofundar (e. g. famílias, categorias sociais desfavorecidas, emigrantes, jovens, idosos), de modo a responder de forma mais adequada às questões colocadas pela relação dos museus com os públicos a quem se dirigem e que os frequentam.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AAVV (2011). *Conociendo a nuestros visitantes. Estudio de público en museos del Ministerio de Cultura*. Madrid: MC/SGT.
- Amsellem, Rebecca (2015). Qui est le public du Musée des Arts et Métiers? *Cahiers d'histoire du CNAM*, 3 (2015/1, nouvelle série), pp. 143-161.
- Bollo, Alessandro; Pozzolo, Luca Dal; Federico, Elena Di & Gordon, Christopher (2012). *Measuring cultural participation*. Montreal: UIS.
- Bounia, Alexandra; Nikiforidou, Alexandra; Nikonanou, Niki & Matossian, Albert Dicran (2012). *Voices from the Museum: Survey research in Europe's National museums*. Linköping: Linköping University Electronic Press.
- Bourdieu, Pierre & Darbel, Alain (1969[1966]). *L'amour de l'art: Les musées d'art Européens et leur public*. Paris : Les Éditions de Minuit.
- Bryman, Alan (2012[2001]). *Social research methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Camacho, Clara Frayão (2008). Museus ao encontro dos públicos e das comunidades: perspectivas e experiências no quadro da Rede Portuguesa de Museus. In AAVV (Eds.). *Actas Conferências Museus e Sociedade 2007 Museu Municipal de Caminha* (pp. 9-23). Caminha: CMC.
- Camacho, Clara Frayão (Coord.); Gomes, Ana Sofia; Silveira, Ângelo; Garção, Fernanda Steiger & Costa, Sandra Vaz (2015). *Plano Estratégico da Direcção-Geral do Património Cultural 2015-2019*. Lisboa: DGPC.
- Costa, António Firmino da (2004). Dos públicos da cultura aos modos de relação com a cultura: algumas questões teóricas e metodológicas para uma agenda de investigação. In AAVV (Eds.). *Públicos da Cultura* (pp. 121-140). Lisboa: OAC.

- Deeth, Jane (2012). Engaging strangeness in the art museum: an audience development strategy. *Museum & Society*, 10(1), pp. 1-14.
- DGPC e CIES-IUL (2016). *Resultados globais do Estudo de Públicos de Museus Nacionais*. Lisboa: DGPC.
- Donnat, Olivier (1994). Qui fréquente les musées ? *La Lettre de L'OCIM. Musée, Patrimoine et Culture Scientifiques et Techniques*, 35(4), pp. 16-23.
- Eurobarómetro (2017). *Cultural Heritage. Special Eurobarometer 466*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- Fleury, Laurent (2006). *Sociologie de la culture et des pratiques culturelles*. Paris : Armand Colin.
- Garcia, José Luís; Teixeira Lopes João; Martinho, Teresa Duarte; Soares Neves, José; Gomes, Rui Telmo & Borges, Vera (2018). Mapping cultural policy in Portugal. From incentive to crisis. *International Journal of Cultural Policy*, 24(5), pp. 577-593.
- Jensen, Jacob Thorek & Lundgaard, Ilda Brændholt (2013). *User Survey 2012*. Copenhaga: Danish Agency for Culture.
- Koptcke, Luciana Sepúlveda (2010). Sobre museus, públicos e dinâmicas sociais: o caso do Observatório de Museus e Centros Culturais. Magalhães, Aline Montenegro; Bezerra, Rafael Zamorano & Fassa Benchetrit. Sarah (Orgs.). *Museus e comunicação. Exposições como objecto de estudo* (pp. 69-86). Rio de Janeiro: Museu Histórico Natural.
- Köptcke, Luciana Sepúlveda (2012). Público, o X da questão? A construção de uma agenda de pesquisa sobre os estudos de público no Brasil. *Museologia & Interdisciplinaridade*, 1(1), pp. 209-235.
- Lahire, Bernard (2008). Individuo e misturas de géneros: dissonâncias culturais e distinção de si. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 56, pp. 11-36.
- Leavy, Patricia (2017). *Research design: Quantitative, qualitative, mixed methods, arts-based, and community-Based participatory research approaches*. Nova Iorque e Londres: The Guilford Press.
- Lehalle, Evelyne & Mironer, Lucien (1993). *Musées et visiteurs: Un Observatoire Permanent des publics*. Paris : MECC/DMF/DPAEDC.
- López, Virginia Garde (2010). El Laboratorio Permanente de Público de Museos: un proyecto de investigación, una herramienta de gestión. Semedo, Alice & Nascimento, Elisa Noronha (Coords.). *Actas do I Seminário de Investigação em Museologia dos Países de Língua Portuguesa e Espanhola (Vol. I)* (pp. 61-67). Porto: Universidade do Porto / Faculdade de Letras.
- Lord, Gail Dexter & Markert, Kate (2007). *The manual of strategic planning for museums*. Lanham: Altamira Press.
- Mantecón, Ana Rosas (2009). O que é o público? *Poiésis*, 14, pp. 175-215.
- Mironer, Lucien (1999). Cent musées à la rencontre du public: les chemins de la rencontre. *Publics et Musées*, 15, pp. 133-166.
- Mironer, Lucien, Aumasson, Pascal & Fourteau, Claude (2001). *Cent musées à la rencontre du public*. Cabestany : France Edition.
- Mourão, Teresa; Gonçalves, Nuno Fradique; Rosado, Ricardo; Pereira, Teresa Moura; Soares Neves José & Santos, Jorge (2016). *Relatório Interno de Balanço Estudo de Públicos de Museus Nacionais*. Lisboa: DGPC.
- Neves, José Soares (2018). Os turistas estrangeiros nos museus nacionais. *Revista de Museus*, 1, pp. 84-91.
- Neves, José Soares (Coord.); Santos, Jorge; Lima, Maria João & Ribeiro, Natacha (2019). *Estudo de públicos de museus nacionais - Públicos do Museu Nacional do Traje*. Lisboa: DGPC.
- Neves, José Soares (Coord.); Foà, Caterina; Santos, Jorge; Lima, Maria João; Pereira, Teresa Moura & Schiappa Margarida (2018). *Estudo de públicos de museus nacionais - Públicos do Museu Nacional do Azulejo*. Lisboa: DGPC.
- Neves, José Soares & Mourão, Teresa (2016). O estudo de públicos nos museus nacionais. *Revista Património*, 4, pp. 140-144.
- OIM/Ibermuseus (2015). *Estudos de públicos de museus na Ibero-América*. Madrid: Ibermuseus e MECD/SGT.
- Oleiro, Manuel Bairrão (2011). Museus nacionais: um olhar sobre o seu passado e presente. *Museologia.pt*, 5, pp. 108-121.
- Potschka, Christian; Fuchs, Mathias & Królikowski, Agata (2013). Review of European Expert Network on Culture's audience building and the future Creative Europe Programme, 2012. *Cultural Trends*, 22(3-4), pp. 265-269.
- Reichheld, Frederick F. (2003). The one number you need to grow. *Harvard Business Review*, pp. 1-10.
- Saldaña, Johnny (2013[2009]). *The coding manual for qualitative researchers*. Los Angeles: SAGE.
- Santos, Helena (2008). Públicos Culturais: algumas notas com museus em fundo. *Museologia.pt*, 2, pp. 77-89.
- Santos, Jorge Alves dos & Soares Neves, José (2005). *Os museus municipais de Cascais*. Lisboa: OAC.
- Silva, Raquel Henriques da & Camacho, Clara Frayão (2011). Museus nacionais. Um tópico necessário. *Museologia.pt*, 5, pp. 86-89.
- Solima, Ludovico (2012). *Il Museo in Ascolto. Nuove strategie di comunicazione per i musei statali*. Roma: Rubbettino.
- Vaus, David de (2014). *Surveys in social research*. Abingdon: Routledge.
- Weil, Stephen E. (2007[2003]). Beyond big and awesome: outcome-based evaluation. Sandell, Richard & Janes, Robert R. (Eds.). *Museum management and marketing* (pp. 214-223). Londres e Nova Iorque: Routledge.
- Wells, Marcella, Barbara Butler & Koke, Judith (2013). *Interpretive planning for museums: Integrating visitor perspectives in decision making*. Walnut Creek: Left Coast Press.

José Soares Neves. Doutor em Sociologia. Investigador Integrado, sub-diretor do CIES-ISCTE e Professor Auxiliar no Departamento de Sociologia do ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa. Diretor do Observatório Português das Atividades Culturais (OPAC), Avenida das Forças Armadas, 1649-026 Lisboa, Portugal. E-mail: jose_soares_neves@iscte-iul.pt. ORCID: 0000-0002-6472-4337.

Financiamento: Este artigo publica resultados do projeto de investigação “Estudo de Públicos de Museus Nacionais”, desenvolvido entre 2014 e 2019 no Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa e foi financiado pela Direção-Geral do Património Cultural e pelo apoio mecenático da Fundação Millennium BCP e da ONI.

Receção: 17-03-2020

Aprovação: 03-07-2020

Citação:

Neves, José Soares (2020). O estudo dos públicos nos museus nacionais: enquadramento e metodologia. *Todas as Artes. Revista Luso-brasileira de Artes e Cultura*, 3(1), pp. 23-32. ISSN 2184-3805. DOI: 10.21747/21843805/ta3n1a2