

Departamento de Sociologia

**Público(s) de Arte Contemporânea**  
*A Exposição Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda*

**Jorge Augusto Mendes Dias dos Santos**

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

**Orientador:**

Doutor José Soares Neves, Professor Auxiliar Convidado  
ISCTE-IUL – Instituto Universitário de Lisboa

**Co-orientador:**

Mestre Jorge Samuel Pinto Vieira, Investigador  
do Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES-IUL)

Setembro, 2014



## AGRADECIMENTOS

Dedico este espaço a todos aqueles que contribuíram para a realização da dissertação que apresento, agradecendo-lhes sinceramente.

Aos meus orientadores, que não me deixaram dispersar: ao Prof. Doutor José Soares Neves, pela forma como incansável e pacientemente me guiou para os melhores caminhos a seguir. A sua orientação nunca me pareceu uma obrigação; ao Prof. Dr. Jorge Vieira, que foi copiloto na viagem que teve início nas suas aulas de Desenho da Pesquisa, do Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação (MCCTI), e, portanto, por ser um dos seus principais responsáveis.

À Prof. Doutora Rita Espanha, Coordenadora do MCCTI, pelo apoio e abertura das portas necessárias para o início deste projeto.

Ao Dr. Rui Ferreira da Silva, Coordenador da Área de Bibliotecas e Documentação, da Divisão de Documentação, Comunicação e informática, da Direção-Geral do Património Cultural (DGPC), assim como ao seu colega, o Dr. Nuno Fradique, que me receberam e apoiaram na concretização deste projeto de investigação.

Ao Dr. José Alberto Ribeiro, Diretor do Palácio Nacional da Ajuda, pela autorização da aplicação do inquérito nesse Monumento, assim pela simpatia e convite para visitar a Exposição de Joana Vasconcelos, juntamente com os meus colaboradores.

À Dr<sup>a</sup>. Tânia Tadeu, da Everything is New, pela permissão da aplicação do inquérito e pelos dados referentes à bilheteira da Exposição, assim como aos seus colaboradores, pela disponibilidade durante esse levantamento.

Ao António Gabriel, pela amizade e colaboração neste projeto, a quem devo a sua continuidade e conclusão, pela paciência e apoio em todas as horas, comigo partilhando e multiplicando as alegrias e dividindo angústias.

À Dr<sup>a</sup>. Filomena Ramos, colega e amiga de um percurso académico no qual ativamente colaborou, nomeadamente na aplicação pontual do inquérito.

Aos meus pais, que incondicionalmente me apoiam, sempre na esperança de que o meu árduo trabalho e dedicação dê os frutos merecidos.

Aos professores do ISCTE-IUL, pela forma como lecionaram o MCCTI, pelos ensinamentos que me permitiram ter novos olhares para o mundo da cultura e das indústrias criativas.

Aos professores da licenciatura em Estudos Artísticos da Universidade Aberta, que enquanto ainda aluno desse curso, me incentivaram a dar continuidade ao meu percurso académico.

Aos meus colegas, família e amigos mais próximos, pela paciência e interesse com que me ouviram sobre o tema em estudo.

Ao público da exposição *Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda*, que teve a amabilidade e disponibilidade de responder ao inquérito, permitindo que eu pudesse realizar esta investigação.



## **RESUMO**

A dissertação que se apresenta insere-se no ramo da Cultura e Indústrias Criativas e tem como foco os públicos da arte contemporânea, incidindo sobre aqueles da exposição *Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda* que decorreu de 23 de março a 25 de agosto de 2013, neste monumento. O objetivo da pesquisa é, por um lado, caracterizar o público de uma exposição de uma artista plástica contemporânea, num palácio nacional português, incluindo as suas práticas culturais e de lazer, assim como a sua relação com a arte contemporânea e o património, sobretudo a relação (prévia) com o Palácio Nacional da Ajuda e exposições da artista; por outro, enquadrar empiricamente a visita nos seus contextos físico, temporal e social, conhecer motivações, expectativas, assim como as avaliações dos visitantes. Como método de recolha de informação, optou-se pelo inquérito por questionário. Os principais resultados mostram que se trata sobretudo de um público com elevada qualificação escolar e profissional, cultivado, com um elevado conhecimento e ocasional/regular frequência de monumentos nacionais e de locais de exposição de arte contemporânea. A maioria até então nunca tinha visitado uma exposição de Joana Vasconcelos ou mesmo o Palácio Nacional da Ajuda, considerando-se, por isso, um público estreante em ambos (cumulativo). Os dados revelam que os públicos ocasionais e frequentes desse monumento eram em maior número (mais do dobro) do que aquele de exposições da artista, estava motivado para a visita com a qual se mostrou satisfeito e com vontade de voltar a visitar uma exposição da artista.

**PALAVRAS-CHAVE:** públicos de arte contemporânea, exposição *Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda*, estudos de públicos, arte, património

## **ABSTRACT**

*This dissertation is included within the field of Culture and Creative Industries and focuses on the publics of contemporary art, particularly those of the exhibition of contemporary artist Joana Vasconcelos at the National Palace of Ajuda (Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda, JV no PNA), which ran from March 23 through August 25, 2013. The purpose of this research is, on the one hand, to characterize the public of an exhibition of a contemporary artist, at a Portuguese National Palace, including its cultural and leisure practices, as well as their relationship with contemporary art and heritage, especially the (prior) relationship with the Ajuda National Palace and exhibitions of the artist; on the other hand, it aims to empirically fit the visit in its physical, temporal and social contexts, as well as knowing the motivations, expectations and evaluations of the visitors. As a method of collecting information, we opted for the questionnaire survey. The main results show that these are mainly an educated audience with vocational qualifications, worship, debutant, either in of PNA or in a JV exhibition. The visitors were motivated to visit with which they were satisfied and would want to return an exhibition of the artist. KEY-WORDS: publics of contemporary art, Joana Vasconcelos exhibition at the National Palace of Ajuda, public studies, art, heritage*



## ÍNDICE

<b>AGRADECIMENTOS</b> .....	iii
<b>RESUMO</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>ÍNDICE</b> .....	vii
<b>ÍNDICE DE QUADROS</b> .....	viii
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	viii
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	ix
<b>GLOSSÁRIO DE SIGLAS /ACRÓNIMOS</b> .....	x
<b>INTRODUÇÃO</b> .....	1
<b>I. ENQUADRAMENTO TEÓRICO-METODOLÓGICO</b> .....	3
I.1 Objetivos .....	3
I.2 Problemática e conceitos: revisão bibliográfica .....	3
I.2.1 Os públicos da cultura e da arte.....	3
I.2.2 Estudos sobre públicos da cultura e da arte.....	5
I.2.3 Comunicação na cultura e nas artes.....	9
I.2.4 A cultura das artes visuais em Portugal.....	11
I.3 Objeto de estudo e modelo de análise .....	13
I.4 Estratégia metodológica .....	14
<b>II. CONTEXTUALIZAÇÃO EMPÍRICA: O PNA, JV E A EXPOSIÇÃO</b> .....	15
II.1 Palácio Nacional da Ajuda .....	15
II.2 Joana Vasconcelos: percurso e marca artísticos .....	16
II.3 A exposição <i>Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda</i> .....	18
<b>III. EXPERIÊNCIAS DO PÚBLICO: INQUÉRITO AOS VISITANTES</b> .....	21
III.1 Aplicação e balanço.....	21
III.2 Caracterização sociográfica .....	22
III.3 Relação com as artes e o património, com o PNA e JV .....	27
III.3.1 Práticas culturais e de lazer (cultura, património e arte) .....	27
III.3.2 Relação prévia com o PNA e com a arte de JV.....	30
III.4 Contexto de visita.....	33
III.4.1 Contexto físico .....	33
III.4.2 Contexto temporal e social .....	36
III.4.3 Motivações e expetativas.....	37
III.5 Características da visita.....	38
III.5.1 O decorrer da visita: tempo .....	38
III.5.2 Avaliações e intenções futuras .....	38

CONCLUSÃO .....	41
BIBLIOGRAFIA CITADA.....	43
WEBGRAFIACONSULTADA/ CITADA .....	45
ANEXOS.....	47
ANEXO A: Modelo de Análise.....	49
ANEXO B: Questionário de aplicação na Exposição .....	51
ANEXO C: Produção artística de Joana Vasconcelos .....	55
ANEXO D: Exposições individuais, encomendas e projetos de arte pública de Joana Vasconcelos	57
ANEXO E: Modelo de <i>gatekeepers</i> na carreira de Joana Vasconcelos .....	61
ANEXO F: Mapa da exposição <i>Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda</i> .....	63
<i>Curriculum Vitae</i> .....	65

## ÍNDICE DE QUADROS

<b>Quadro II.3.1</b> - Número de bilhetes registados, média diária e dias da Exposição aberta (por mês) ..	20
<b>Quadro III.1.1</b> – Balanço da aplicação dos questionários (por dias e períodos do dia) .....	21
<b>Quadro III.1.2</b> – Indicadores da aplicação dos questionários.....	21
<b>Quadro III.2.1</b> – Residência dos visitantes segundo a região (NUTS II) e a idade.....	23
<b>Quadro III.2.2</b> – Composição ocupacional dos visitantes .....	26
<b>Quadro III.2.3</b> - Composição ocupacional da população portuguesa.....	26
<b>Quadro III.3.2.1</b> – Relação de frequência de visita ao PNA com exposições de JV .....	32
<b>Quadro III.3.2.2</b> – Relação do n.º de vezes que afirma ter visitado uma exposição de JV antes, com a exposição <i>Sem Rede</i> .....	33
<b>Quadro III.4.1.1</b> – Vertentes e meios de informação sobre a Exposição .....	35
<b>Quadro III.5.2.1</b> – Relação da Avaliação da visita com a Recomendação .....	39
<b>Quadro ANEXO C.1</b> – Produção artística de Joana Vasconcelos, por séries.....	55

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico I.2.4.1</b> - Evolução anual de exposições, galerias e visitantes (2002-2011) .....	11
<b>Gráfico II.3.1</b> – Visitantes do Palácio Nacional da Ajuda de março a agosto (2008-2013).....	20
<b>Gráfico III.2.1</b> – Idade dos visitantes.....	22
<b>Gráfico III.2.2</b> – Situação conjugal dos visitantes.....	22
<b>Gráfico III.2.3</b> – Residência dos visitantes segundo a região (NUTS II) e a idade.....	23
<b>Gráfico III.2.4</b> – Nível de escolaridade dos visitantes por Idade .....	24



<b>Gráfico III.2.5</b> – Nível de escolaridade dos visitantes por Sexo .....	25
<b>Gráfico III.2.6</b> – Composição socioprofissional dos visitantes .....	26
<b>Gráfico III.3.1.1</b> – Frequência e notoriedade de Monumentos Nacionais .....	27
<b>Gráfico III.3.1.2</b> – Relação de visita a monumentos no último ano com a resposta <i>conhece/visitou</i> ..	28
<b>Gráfico III.3.1.3</b> – Frequência e notoriedade de locais de exposição de arte contemporânea.....	28
<b>Gráfico III.3.1.4</b> – Relação de ida a exposições no último ano com a resposta <i>conhece/visitou</i> .....	29
<b>Gráfico III.3.1.5</b> – Frequência das práticas culturais de saída no último ano.....	30
<b>Gráfico III.3.1.6</b> – Frequência de práticas culturais domésticas no último ano.....	30
<b>Gráfico III.3.2.1</b> – Frequência de visita ao PNA e a exposições de JV .....	31
<b>Gráfico III.3.2.2</b> - Frequência de visita ao PNA por Idade .....	31
<b>Gráfico III.3.2.3</b> - Frequência de visita a exposições de JV por Idade .....	31
<b>Gráfico III.3.2.4</b> – Relação de frequência de visita ao PNA e a uma exposição de JV .....	32
<b>Gráfico III.3.2.5</b> – Conhecimento e visita a exposições da artista .....	33
<b>Gráfico III.4.1.1</b> – Meios de conhecimento da Exposição .....	34
<b>Gráfico III.4.1.2</b> – Vertentes de divulgação .....	35
<b>Gráfico III.4.1.3</b> – Modos de ingresso .....	35
<b>Gráfico III.4.2.1</b> – Modalidade de acompanhamento dos visitantes .....	36
<b>Gráfico III.4.2.2</b> – Dimensão do grupo.....	36
<b>Gráfico III.4.2.3</b> – Modalidade de acompanhamento dos visitantes por momento da semana.....	37
<b>Gráfico III.4.3.1</b> – Principais motivos da visita .....	37
<b>Gráfico III.5.1.1</b> – Duração da visita.....	38
<b>Gráfico III.5.2.1</b> – Grau de expectativa antes da visita.....	39
<b>Gráfico III.5.2.2</b> – Relação da Avaliação da visita com a Recomendação e a Expectativa inicial .....	40
<b>Gráfico III.5.2.3</b> – Intenção de voltar a visitar o Palácio ou uma exposição da artista .....	40
<b>Gráfico ANEXO C.0.1</b> – Produção artística de JV: evolução anual e acumulada (1994-2013).....	55

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura I.3.1</b> – Modelo de análise.....	14
<b>Figura ANEXO F.1</b> – Mapa da Exposição.....	63

## **GLOSSÁRIO DE SIGLAS /ACRÓNIMOS**

CAM – Centro de Arte Moderna, da Fundação Calouste Gulbenkian Gulbenkian

DGEMN – Direcção-Geral dos Edifícios e Monumentos Nacionais

DGPC - Direcção-Geral do Património Cultural

EIN – Everything Is New

IGESPAR - Instituto de Gestão do Património Arquitectónico e Arqueológico

IMC IP – Instituto dos Museus e da Conservação

INE – Instituto Nacional de Estatística

IPM – Instituto Português de Museus

LPPM - Laboratorio Permanente de Público de Museos de la Secretaría de Estado de Cultura

RPM – Rede Portuguesa de Museus

JV – Joana Vasconcelos

JV no PNA - Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda

MN – Monumento Nacional

MNAC – Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado

OAC – Observatório das Actividades Culturais

OberCom – Observatório da Comunicação

PNA – Palácio Nacional da Ajuda

*«Le public n'est plus une masse plus ou moins passive,  
mais l'un des acteurs intervenant dans le processus.»*

(Esquenazi, 2003 : 54)



## INTRODUÇÃO

A exposição da artista plástica Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda (PNA) em 2013 foi um sucesso, tendo atingido um número recorde de visitantes numa exposição temporária em Portugal, fazendo com que este monumento do património da arquitetura clássica portuguesa tenha sido alvo de divulgação e dinamização através da obra de uma artista plástica contemporânea, e vice-versa. A obra e a artista têm vindo a ser um fenómeno de popularidade mediática nas artes, com um percurso notável a nível nacional e internacional. Está-se perante duas dimensões da questão: por um lado a da espetacularidade que uma obra cria num destinatário/público (pelo menos da imagem mediatizada) e a ideia que este imediatamente cria sobre uma obra de arte; por outro, a mediatização que envolve este tipo de acontecimento artístico, como os prémios, as inaugurações, as exposições ou os números de visitantes que determinadas exposições atingem.

Não se pretende definir a complexa Arte Contemporânea, na qual uma profusão de movimentos nascem e se desenvolvem, se cruzam e inter-relacionam, desde a sua emergência em finais do século XIX. No entanto, deve explicar-se a motivação que deu origem ao trabalho que se aqui desenvolveu. O crítico de arte Jean Cassou, numa conferência de 1948 em que se refletiu sobre ela, afirmava que a arte moderna “foi uma das mais vigorosas aventuras do espírito que para com todos e contra todos se desenvolveu” (1948: 27). Transgressora, provocadora e plural, floresceu no meio da ausência de hierarquias, apesar de algumas das suas características tenham sido herdadas dos sucessores do Modernismo Tardio ou do Pós-Modernismo. Edward Lucie-Smith afirma que uma obra de arte contemporânea “can now take virtually any physical form, and be made of any sort of material” (1995: 11). Reflexo também do consumismo em que se baseava a nova cultura de massas (*idem*: 9), uma cultura globalizada que ao mesmo tempo diminuiu o tamanho do mundo enquanto iam crescendo as redes de telecomunicações com a introdução de novas tecnologias. Isto resultou, também, no aumento exponencial do número de museus, na mudança das atitudes destes perante o seu público e no tipo de arte que disponibilizam. Terá sido este diálogo que se tentou estabelecer entre a arte de Joana Vasconcelos, o Palácio Nacional da Ajuda e o seu público visitante, na exposição que é objeto de estudo e análise.

Os *media* também terão contribuído para a promoção e conseqüente consumo desta atividade cultural. Mas, como se caracterizam os públicos ou visitantes desta exposição? Que relações têm ou mantêm com a arte e o património, incluindo com a arte de Joana Vasconcelos e o PNA? Quais as suas práticas culturais e de lazer? Em que circunstâncias – físicas, temporais ou sociais – efetuaram essa visita? Com que motivações e expectativas? Que avaliação fazem dessa experiência artística e quais as suas intenções futuras? As respostas e conclusões não se podem dar ou tirar sem que se faça um estudo e uma análise a esse comportamento social, identificando fatores que podem justificar o fenómeno. Desta forma, aproxima-se a sociologia da própria arte, levantando pistas necessárias e que podem ajudar à tomada de decisões dos responsáveis culturais, assim como melhores e mais adequadas políticas públicas.

Sobre a importância deste tipo de estudos, partilha-se da opinião de Jorge Alves dos Santos e José Soares Neves expressa num estudo sobre os museus municipais de Cascais, que afirmam que:

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

A dissertação que se apresenta insere-se no ramo da Cultura e Indústrias Criativas do mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, do ISCTE-IUL, e pretende dar resposta às questões de partida levantadas anteriormente. Tem, assim, como objetivo principal identificar o tipo de públicos da exposição *Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda*, que decorreu de 23 de março a 25 de agosto de 2013, neste monumento nacional<sup>1</sup>: conhecer o seu perfil social, as suas práticas culturais, a sua relação com as instituições culturais, as suas motivações, apreciações, avaliações, representações e contributos. A investigação tem por base a abordagem quantitativa sobre os públicos desta exposição, especificamente o não-escolar, permitindo conhecer o perfil social, as práticas culturais, a relação com as instituições culturais, as motivações e apreciações, representações e contributos dos seus visitantes.

A dissertação está estruturada em três capítulos. No primeiro, procede-se ao enquadramento teórico-metodológico da pesquisa, especificando os objetivos, a problemática e os conceitos de fundo, efetuando-se uma revisão bibliográfica sobre as principais temáticas, nomeadamente os estudos já desenvolvidos e resultados obtidos. Este capítulo é complementado, ainda, com a especificação do objeto de estudo e com a apresentação do modelo de análise basilar à investigação, assim como da respetiva estratégia metodológica.

No segundo, faz-se a contextualização empírica, nomeadamente a caracterização da área expositiva, quer da exposição de Joana Vasconcelos – incluindo o percurso profissional da artista –, quer do Palácio Nacional da Ajuda, que a acolhe.

O terceiro capítulo é dedicado à apresentação do inquérito por questionário, a respetiva aplicação, balanço e análise dos dados recolhidos. O inquérito, principal fonte de dados primários deste trabalho, dividiu-se em quatro principais dimensões que formam o modelo de análise que se construiu e adotou para orientação empírica: 1) caracterização sociográfica; 2) relação com o PNA, JV, as artes e o património (cultura e lazer); 3) contexto da visita; 4) caracterização da visita.

A concluir o trabalho sintetizam-se os principais resultados do estudo efetuado, deixando espaço para que estes possam dar lugar a uma posterior continuidade de investigação na área.

---

<sup>1</sup> Classificado como MN – Monumento Nacional pela DGPC (em <http://www.patrimoniocultural.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/pesquisa-do-patrimonio/classificado-ou-em-vias-de-classificacao/geral/view/70252>, consulta 07/08/2014).

## **I. ENQUADRAMENTO TEÓRICO-METODOLÓGICO**

### **I.1 Objetivos**

O foco desta pesquisa são os públicos da arte contemporânea, incidindo sobre aqueles da exposição de JV no PNA, que decorreu em 2013. O objetivo é, por um lado, caracterizar o público de uma exposição de uma artista plástica contemporânea, num palácio nacional português, incluindo as suas práticas culturais e de lazer, assim como a sua relação com a arte contemporânea e o património, sobretudo a relação (prévia) com o PNA e exposições da artista; por outro, enquadrar empiricamente a visita nos seus contextos físico, temporal e social, conhecer motivações, expectativas, assim como as avaliações, representações e contributos dos visitantes.

### **I.2 Problemática e conceitos: revisão bibliográfica**

#### **I.2.1 Os públicos da cultura e da arte**

A sociologia da arte aproxima as investigações dos factos artísticos, sem ignorar outras disciplinas como a história da arte ou até a psicologia, por forma a compreender a obra de arte numa dimensão além do indivíduo e enraizada no mundo social. Ela tenta analisar como a obra de arte despoletou, desde a criação ou produção à receção e/ou fruição. A arte insere-se na sociedade e pode não ser, necessariamente, o reflexo desta. O artista age sobre a(s) sociedade(s) ao criar para ela(s) uma obra que por sua vez não existe sem um recetor, um público, uma leitura, uma observação ou interpretação, criando um diálogo. Neste caso está-se perante uma estética da receção. A obra cria um impacto, provoca efeitos no comportamento do seu recetor e inicia um processo de transformação nos seus horizontes de expectativa ao incorporar a obra, tornando-a sua, passando a pensar a realidade de outra forma. De acordo com Gonçalves (2010), seguindo a perspetiva teórica de Jauss

os horizontes dos espectadores e aquilo que eles esperam da obra e os efeitos que se manifestam nos diversos momentos de receção de uma obra de arte, importam sobremaneira para a construção da sociologia da arte. Porque a obra de arte não é lida sempre da mesma forma, porque ela não produz sempre o mesmo impacto, porque ela não é igual a si mesma [...], mas varia, consoante o lugar e o tempo em que é fruída ou analisada [...] e, por isso, consoante os seus receptores (Gonçalves, 2010: 17).

A esta teoria está relacionada a da perceção artística, que varia consoante os contextos sociais e os seus gostos ou preferências que lhes estão intrínsecos. A verdadeira Arte com maiúscula é a que “agita” os horizontes de expectativa de quem a recebe. João Lopes considera que a receção cultural “acciona todo um passado de múltiplas referências” (Lopes, 1996: 123) que não se reduz ao momento em que se usufrui da obra.

O pensador do século XIX Karl Marx abordou<sup>2</sup> o fenómeno estético afirmando que “uma obra de arte, como qualquer produção, cria um público específico, caracterizado por ser sensível à arte, e por ser capaz de sentir prazer com a beleza” (*apud* Gonçalves, 2010: 62). O artista cria uma obra de

---

<sup>2</sup> Em *Introdução à Crítica da Economia Política*.

arte (objeto) para um sujeito mas também cria um sujeito para aquele objeto artístico. Ao condicionarem a consciência do homem, essas “relações de produção” regularizam-lhe o gosto estético e artístico. No entanto, não se pode “aferir da qualidade das obras pela qualidade dos públicos e vice-versa” (Lopes, 2000: 323). As relações entre a arte e a sociedade são complexas e nada lineares, existindo entre ambas múltiplos fatores, sobre os quais pensou e escreveu Arnold Hauser. Como forma de comunicação (entre artista e sociedade), a arte possui uma linguagem e metodologia próprias. Assim, o artista só existe se existir um público (ou mercado) e por isso muitas vezes faz concessões sobre a sua arte para agradar a este e, dessa forma, popularizar-se. Ele fica “ao serviço de uma organização muito abrangente, com regras mais ou menos rígidas” (Hauser, 1974: 92). O indivíduo, ou grupo de indivíduos, irá consumir e promover o que o artista produz, para que este possa continuar a ser o que é e a fazer o que faz, levantando a questão da “autenticidade da intenção na arte” (*idem*).

Para Theodor Adorno “a arte verdadeira não pode aliar-se à sua massificação para consumo” (Gonçalves, 2010: 104) e não se deve formatar. Mas estará o público, por seu lado, formatado ou receptivo para determinado tipo de arte? João Teixeira Lopes e Bárbara Albéo numa pesquisa aos públicos de cultura de Santa Maria da Feira, procuravam defini-lo a partir de uma questão: “O que faz um público e, em particular um público da cultura?” (Lopes e Albéo, 2004: 80) Os autores relembram a distinção entre *público* e *massa*, proposta por Wright Mills:

Num público (...) virtualmente tantas pessoas expressam opiniões quantas as que as recebem. As comunicações são organizadas de tal modo que há uma oportunidade imediata e efetiva de responder a qualquer opinião expressa em público (...) numa massa muito menos gente expressa opiniões (...) do que as recebe, pois a comunidade do público torna-se uma colecção abstracta de indivíduos que recebem impressões dos meios de comunicação de massa (*apud idem*).

Michael Warner, por sua vez, alertava para a polémica do conceito de *público* que pela sua contingência [...] não é uma rede universal, variando, por isso, de contexto para contexto, de instituição para instituição, de «mundo da cultura» para «mundo da cultura». Assim sendo, ele afasta-se de todos aqueles para quem, «em ciências sociais, o público é meramente uma entidade existente a ser empiricamente estudada», nomeadamente através dos métodos quantitativos, *maxime* o inquérito por questionário e a análise estatística (*apud idem*: 81).

*Público* é “uma «totalidade social», «a população em geral», o «povo», os habitantes de um país, uma «audiência concreta»” (*apud idem*). O *público* de determinada arte, como a contemporânea, não será um mero espectador ou o espectador casual, que aprecia superficialmente as obras, mas sim aquele que sobre ela constrói reflexões e a debate com outros entendidos. Ou, como refere João Teixeira Lopes, aqueles “mais familiarizados com o género artístico em questão, que conhecem o percurso dos artistas e que acumulam informação de várias fontes, em particular através da crítica especializada” (Lopes, 2000: 318).

Devido à sua grande cobertura mediática, a exposição na Ajuda não foi palco para frequência exclusivamente cultural. Concordamos com João Teixeira Lopes que afirma que “os usos dos locais de cultura não se cingem às utilizações culturais no seu sentido mais estrito e denunciam, igualmente,



uma recomposição profunda do campo cultural e das suas práticas.” (*idem*: 319) Embora para alguns autores um público não chegue a ser um “grupo social” (Read Bain *apud idem*: 324),

em «situação de comunicação» falam uma «linguagem comum» e é essa linguagem que faz dele «uma estrutura social, ainda que muito amorfa». (...) Enquanto frequentadores de espaços de fruição de cultura, inseridos em redes vastas de sociabilidade, é-lhes exigido o domínio de um *mínimo denominador comum cultural* que sustente repertórios suficientemente ágeis, ainda que superficiais (*idem*: 324).

Como relembra Helena Santos, “os visitantes respondem a um «produto»<sup>3</sup> [...] previamente concebido para a «adesão», a «necessidade», o «divertimento», o «gosto» ou as «aspirações» dos visitantes” (Santos, 2008: 80).

### **I.2.2 Estudos sobre públicos da cultura e da arte**

Nos estudos ou investigações sobre os públicos da cultura, olhar e pensar apenas os números dos visitantes pode conceder uma visão empobrecida do fenómeno ou da realidade em causa. Como Helena Santos coloca a questão,

conhecer o número de visitantes torna-se um elemento funcional incontornável para a gestão e a programação museais, assim como para a indicação da sua visibilidade. Porém, através dos seus números absolutos, e de uma parca segmentação [...], os visitantes tendem a ser indiferenciadamente assimilados, não apenas a amantes culturais [...] mas, cada vez mais, a protagonistas da cultura de consumo contemporânea (Santos, 2008: 80).

Longe vão os tempos dos templos e das galerias onde se guardavam tesouros, objetos preciosos oferecidos aos deuses, a príncipes ou a magnatas. As coleções privadas abriram-se ao público e tornaram-se museus. No campo cultural contemporâneo os museus têm assumido um aumento no protagonismo e no centro de novas estratégias para fazer face a velhos problemas: atrair e educar os públicos. Muito se evoluiu no que respeita à forma como os objetos são apresentados e expostos. Cada exposição deve procurar basear-se num conceito claro, devidamente estudado e fundamentado, relativamente à ‘história’ que se deseja contar, ao ensinamento que se deseja transmitir, num discurso coerente e lógico<sup>4</sup>. O seu sucesso resulta da articulação e trabalho eficiente de equipas profissionais pluridisciplinares capazes de questionar, potencializar e adaptar o processo à permanente evolução até “ao aumento da procura museológica nas últimas décadas” que, como refere Helena Santos, com “as alterações dos contextos de visita, têm permitido inferir alguma diversificação dos públicos dos museus, aliada a um maior cosmopolitismo cultural dos visitantes” (*idem*: 81).

---

<sup>3</sup> “A arquitectura emblemática do edifício, as exposições temporárias, as modalidades de apresentação das coleções, os serviços de restauração e lazer, os espaços de sociabilidade, etc.”

<sup>4</sup> Para essa tarefa contribuem diversos fatores, como a ideia e criatividade do curador ou do diretor do espaço museológico na escolha do tema e dos objetos, do profissionalismo de toda a equipa técnica, desde a investigação à montagem, do restauro e manutenção dos objetos à divulgação da exposição, da elaboração do programa e catálogo à receção dos visitantes, do espaço e dos suportes expositivos à apresentação dos objetos, devidamente iluminados e seguros, com notas explicativas claras.

Urge, por isso, conhecer o público dos equipamentos culturais para compreender as transformações e evoluções, por forma a conseguir encontrar respostas que vão ao encontro dos desafios que vão surgindo:

Os museus têm, de facto, protagonizado e reflectido algumas das mais importantes mudanças que assinalámos para o campo cultural contemporâneo. Pela sua função patrimonial, eles tenderão a ocupar um lugar central no futuro daquelas dinâmicas, simultaneamente culturais, económicas e políticas. Permanece, portanto, incontornável o conhecimento dos públicos (reais e potenciais) para a compreensão, multidimensional, daquelas transformações e das possíveis respostas que elas possam condicionar. (*idem*)

Na literatura dos estudos sobre os públicos da cultura, particularmente da arte contemporânea, encontra-se a investigação *Les comportements du spectateur comme enjeux de l'art contemporain* (2012), onde Marion Viollet aborda o tema dos comportamentos dos espetadores de arte contemporânea (em espaços artísticos, em França). Nela a autora assume o papel de espetadora dos espetadores e refere que as obras não requerem uma atitude meramente contemplativa mas que o visitante é ativo ou aje no processo de criação. Verifica também que esses comportamentos revelam uma nova relação com os espaços artísticos, como uma continuação da própria rua e que:

l'étude de cette nouvelle figure du spectateur mène à interroger les outils que lui proposent les structures, afin que sa rencontre avec l'oeuvre ne soit pas vaine: la médiation est développée, accompagnement nécessaire mais potentiel obstacle à une interprétation personnelle (Viollet, 2012: 5).

Embora chamando, assim, a atenção para a importância da mediação como uma “vitrine de la démocratisation culturelle” (*idem*) - uma forma de atrair e desenvolver a lealdade dos públicos, especialmente aqueles “peu sensibles à l'art actuel” (*idem*) - a autora reflete, por um lado, sobre as particularidades do espetador de arte contemporânea (tanto nos museus como nos centros de arte), e explora, por outro, os esforços que a cena artística contemporânea leva a cabo para ampliar e diversificar o público, questionando-se sobre o diálogo que as criações do presente estabelecem com a história local e nacional, e também com os locais patrimoniais do passado, como casas, fábricas, quintas e castelos. Nesse sentido, também o Palácio Nacional da Ajuda, que acolheu a exposição de JV, aceitou o compromisso de ‘casamento intercultural’ com esse tipo de arte.

O público por ser “imprevisível e heterogéneo” (Esquenazi, 2006), é difícil de estudar, também porque ele é, simultaneamente, o singular indivíduo dos tempos hiper-modernos da contemporaneidade e a plural peça de um processo de (des)personalização que o consumo de massas (ou pelas massas), os *media* e os desenvolvimentos técnicos e tecnológicos impulsionam (Lipovetsky *apud* Viollet, 2012: 42).

Entre os estudos sobre públicos da cultura encontra-se o da Casa das Artes (Porto), que aborda a problemática da receção, motivações e características dos públicos habituais. Nele se tenta associar características de grupos sociais a “fenómenos de grupos”, através de um inquérito por questionário aplicado em 1996 a frequentadores daquele espaço. Esta instituição pública divulga “exposições temporárias, teatro experimental e cinema de autor [que] ao pretender enriquecer a qualidade da

relação entre o receptor e a obra, permite aos receptores desfrutarem do trabalho dos artistas de uma forma onde a *emoção estética* se faz sentir” (Portugal e Melo, 1998: 149). A autora adianta que apesar da consciência sobre a existência de determinados fatores contribuintes para uma alteração do comportamento cultural das sociedades modernas, “não parece que as práticas pertencentes à esfera dos consumos cultivados se tenham tornado extensivas a todas as classes sociais” (*idem*:150). Bourdieu defendia que “existe um paralelismo na procura dos géneros culturais e dos perfis sociais” e à hierarquia socialmente reconhecida das artes corresponde a hierarquia social dos consumidores, uma vez que tanto poderemos estar perante consumidores com níveis médios de «exigência» que, por isso, consomem produtos de qualidade «média» como será possível observar que aos produtos «superiores» correspondem procuras «elevadas»” (*apud idem*:151).

Conclui-se nesse estudo que “os consumos [culturais e dos tempos livres] dos públicos da Casa da Artes [sobretudo jovens universitários até aos 25 anos] parecem refletir a necessidade que determinados grupos sociais têm de apresentar «marcas» culturais prestigiadas e prestigiantes”, aliando o trabalho e/ou educação ao divertimento (atividades lúdicas) (*idem*:163). Este espaço “cultural moderno que perfilha os actuais conceitos de comunicação e de transmissão de conhecimentos”, parece ter o objetivo de “cultivar o público de forma agradável” (*idem*:64). É, portanto, um espaço de (ex)posições artísticas e sociais.

Um outro estudo, sobre a caracterização dos públicos do *Porto 2001, Capital Europeia da Cultura*, visava verificar se um evento (como aquele) tendia “a repercutir-se sobre os comportamentos de consumo cultural dos públicos” e se confluía “no alargamento e diversificação dos públicos da cultura” (Santos, 2002: 9). Procurava fazer a sua segmentação “de acordo com uma tipologia de perfis socioculturais” (*idem*: 67). Esse grande evento cultural teve diversas áreas de programação, entre as quais a das artes plásticas<sup>5</sup>, que concorreu “de modo considerável para alimentar a heterogeneidade dos públicos, reflectindo [...] o perfil médio dos inquiridos” (*idem*: 13), cujo universo, no geral, se caracterizou “por uma forte juvenilidade e uma elevada qualificação mas que não deixa de incluir grupos sociais relativamente diferenciados” (*idem*: 16).

No caso particular dos públicos dos museus, uma investigação de 2004 incluiu a aplicação de um inquérito aos visitantes de três museus municipais (de Cascais) e também da exposição *Michel Giacometti, caminho para um museu*<sup>6</sup>, permitindo revelar o seu perfil como “predominantemente selectivo, em termos de nível de instrução e grupo profissional, e muito menos juvenilizado do que é habitual nos inquéritos a práticas culturais de saída, em áreas idênticas (música, artes visuais, museus)” (Santos e Neves, 2005: 14). Com um perfil em grande parte “do sexo feminino, casado e com idade superior aos 35 anos”, evidenciando “um público adulto e mais envelhecido, com a média de idade a rondar os 47 anos” (*idem*:140), é também um público instruído (grande percentagem de pós-graduados, mestres ou doutorados), sendo evidente (um terço) a maior existência de profissionais

---

<sup>5</sup> As restantes áreas foram as artes do palco, música, cinema e animação da cidade.

<sup>6</sup> Organizada pelo Museu da Música Portuguesa, no Centro Cultural de Cascais entre janeiro e maio de 2004.

intelectuais e científicos, no que diz respeito ao grupo ocupacional. Relativamente às práticas de visita a museus ou monumentos, nos doze meses anteriores à data de aplicação desse inquérito, a maior parte dos inquiridos afirmava ter visitado pelo menos um monumento português (em média cinco) (*idem*:143).

O estudo sobre as estratégias comunicacionais e suas implicações nos visitantes da Casa das Histórias Paula Rego (Cascais), de 2010, também envolveu a realização de um inquérito por questionário cujos resultados permitem reforçar esta caracterização sociográfica dos públicos de museus, nomeadamente a “elevada qualificação escolar e actividades socioprofissionais, sobretudo relacionadas com as profissões intelectuais e científicas” (Carvalho, 2010: 70). A autora verificou, ainda, a importância que os meios de comunicação têm para a promoção, divulgação do espaço, assim como da obra desta artista contemporânea, sem esquecer as considerações sobre o espaço em que está implantado o equipamento cultural.

No que à arte contemporânea diz respeito, considerou-se, igualmente, o estudo aos públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea (Museu do Chiado)<sup>7</sup>, também de 2010. Nela, a autora confirma existirem “características transversais” aos públicos dos museus, “relativamente estáveis”, apesar da sua diversificação, do aumento do número de visitantes nos últimos anos e da eventual variação entre as instituições que os acolhem (Simplício, 2010: 15-16). Aplicado em duas fases ou dois momentos e exposições distintos, conclui que “diferentes exposições, mesmo que realizadas num mesmo museu, têm [...] impactos diferentes do ponto de vista dos públicos” (*idem*:76), nomeadamente quanto à idade ou frequência, embora o perfil do visitante deste espaço se caracterize como sendo maioritariamente do sexo feminino, com um nível de instrução superior, inserindo-se no grupo ocupacional dos profissionais intelectuais e científicos, à semelhança dos estudos referidos anteriormente. Na relação que faz com outros estudos, afirma Simplício que a frequência de museus e exposições diminui à medida que a idade aumenta e que aumenta “com o aumento do nível escolar” (*idem*:76-77).

Noutro estudo sobre uma realidade não portuguesa, aquele levado a cabo entre 2008 e 2009 pelo Ministério de Cultura de Espanha, através do Laboratorio Permanente de Público de Museos de la Secretaría de Estado de Cultura (LPPM)<sup>8</sup>, incidiu sobre os visitantes de doze museus<sup>9</sup> da Subdirección General de Museos Estatales e conclui que, de uma forma geral, eles são predominantemente do sexo feminino (52,6%, em média), “Es decir, se corrobora la mayor participación de las mujeres en la práctica cultural de visitar museos” (LPPM, 2010: 100). Com uma média de idade de 42 anos - “es decir, el visitante tipo es un adulto joven” (*idem*) -, tendo uma grande maioria estudos superiores

---

<sup>7</sup> Este museu abrange sobretudo a segunda metade do século XIX e todo o século XX.

<sup>8</sup> “Conociendo a nuestros visitantes. Estudio de público en museos del Ministerio de Cultura”.

Metodologia de recolha: inquérito por questionário, autoadministrado.

<sup>9</sup> Arqueológico, Artes Decorativas, Antropologia, Traje, Sorolla, América, Colégio de San Gregorio, Casa de Cervantes, Sefardí, Altamira, Arte Romano e Cerámica.

(63,7%) e profissionalmente ativa (64,8%) (*idem*: 80 e ss.). Relativamente à atividade laboral, informa esse relatório/estudo que “casi la mitad de los visitantes trabaja por cuenta ajena o es asalariado, mientras que los autónomos, empresarios o profesionales liberales representan tan sólo un 12,9%.” (*idem*: 86) Ainda incluídos nos visitantes ocupados, embora não profissionalmente ativos, encontravam-se os estudantes, representando 14,5%, enquanto 16% não tinha ocupação laboral, quer por estar reformado, à procura de emprego ou por se dedicar a atividades domésticas. (*idem*) É de ressaltar, no entanto, que esta investigação incluía na sua amostra de visitantes grupos escolares e estrangeiros (residentes ou não em Espanha). Conclui, ainda, que:

acude al museo acompañada de la pareja o los amigos y, en ocasiones, de niños menores de 12 años. Además de definir el visitante tipo, este estudio ha permitido conocer los perfiles sociodemográficos y funcionales de los visitantes de los museos que forman parte del mismo. La conclusión más general que se puede obtener de las características de los visitantes de los museos es que son poco representativos de la sociedad española o, lo que es lo mismo, la composición de los visitantes en función de las variables que constituyen su perfil socio-demográfico (género, edad, nivel de estudios, ocupación, residencia-nacionalidad) no se corresponde con lo que cabría esperar en función de la distribución que en la población nacional tienen esas mismas variables (*idem*: 234).

### **I.2.3 Comunicação na cultura e nas artes**

A Pós-Modernidade, que irrompeu a partir de meados dos anos 1970 do século XX, trouxe consigo o fim das grandes narrativas e a fragmentação do sujeito na sociedade, que já no início desse século era transversal nas artes e na ciência, nomeadamente na psicologia, como a de Freud (Hall, 2006). A personalidade do indivíduo desdobrava-se em reconstruções que, paradoxal e simultaneamente, acarretaram a sua hiper-individualização e a (neo) tribalização, perdendo-se no “hipermercado das personalidades”<sup>10</sup>. A Modernidade refletiu-se nos emergentes anúncios publicitários que se sucedem vertiginosamente, como os (novos) tempos da Era Pós-Industrial e pós Guerras, em que as marcas (e as culturas) ostentam personalidades não unas. Por sua vez as tecnologias da informação, que emergem na década de 80 desse século, diluem as noções de espaço e de tempo, ao instituírem e facilitarem a instantaneidade e a rapidez comunicacional da rede de pessoas, como sinapses entre os inúmeros neurónios no cérebro humano. A troca de informação, quase universal no mundo desenvolvido, provoca exaltação, podendo espalhar-se como vírus e exponenciando a “pluralidade de mundos imaginados” (Appadurai, 2004: 16), criando novas mitografias num mundo cada vez mais interativo, intensificado pela comunicação eletrónica e pelos novos *media*.

A comunicação, vasta e complexa, é essencial para transmitir uma mensagem e informação. Uma boa campanha publicitária fica na memória e, sobretudo, provoca a ação do destinatário, ou seja, leva público a consumir o produto (como o cultural). Ela pode encerrar outros significados que remetem para dimensões mais complexas, sejam elas de receção, de leitura, de visualização ou de ação. Afinal, são essas necessidades simbólicas – *Homo Symbolicus* (Berros, 2007: 126) – que a

---

<sup>10</sup> Pedro Vasconcelos, oratória, aula de Globalização, Arte e Cultura, ISCTE-IUL, 04-03-2013.

publicidade contemporânea, procura satisfazer. A publicidade que é “espelho e motor cultural”, que “se serve do produto e transmitir modos de vida”, consegue “alterar condutas no sentido de adopção de determinados estilos de vida” e “vender mais qualquer coisa que produtos”. (Pereira e Veríssimo, 2004: 26 ss.) A divulgação é crucial para angariar as verbas necessárias à viabilização e concretização de projetos artísticos, na produção de arte moderna e contemporânea, com toda a “voragem do mediático” (Conde, 2009a, p. 33) que acarreta. No marketing das artes tem de se ter a “preocupação [de] arranjar o mercado ou segmento certos” (François Colbert *apud* Curvelo, 2009: 52) para o produto, que no caso do Palácio da Ajuda são os eventos culturais. Daí a necessidade de se realizarem estudos dos públicos para saber, por exemplo, quem são os consumidores de cultura. Os seus resultados permitirão adequar estratégias aos objetivos. Ao *marketeer* cultural, que “vende sobretudo experiências” (*idem*) através das quais as pessoas (o público) se evadem, cabe a função de promover a obra de arte e aumentar a sua visibilidade.

Os meios de comunicação de massas cultivam o entretenimento, a persuasão e a mobilização de certos sentimentos sociais, que por sua vez “desempenham um papel que está intimamente relacionado com a formação das ideologias dominantes” (Fonseca, 2007: 119). Os *media* representam a sociedade do espetáculo e dos signos *Pop*(ulares) que os indivíduos consomem, devoram e apropriam na vida social e privada, mercantilizando-se, assim, a cultura. Pode concordar-se, com Rui Pedro Fonseca quando afirma que “[t]odo o espectáculo de imagens sensacionalistas de entretenimento surge como uma matéria com que se forja a consciência” (*idem*: 123), chegando mesmo a falar de um “processo de deformação do imaginário colectivo, um condicionamento da percepção das condições reais de existência do indivíduo” (*idem*:125) pelos sedutores *media*. Como também afirmou Guy Debord, “o consumidor real torna[-se] num consumidor de ilusões. A mercadoria é esta ilusão efectivamente real, e o espectáculo a sua manifestação geral” (*apud idem*:125). Harold Innis sustentava que “diferentes meios de comunicação social influenciam, fortemente, formas contrastantes de organização da sociedade”. (*apud* Giddens, 2004 [1989]: 454) Para Marshall McLuhan “a natureza dos meios de comunicação social [numa determinada sociedade] influencia muito mais a estrutura dessa sociedade do que o conteúdo ou a mensagem, em si, veiculados pelos *media*” (*idem*).

A imprensa e a televisão continuam a ser os meios que mais larga influência têm na vida das pessoas e até na opinião pública. Segundo o filósofo e sociólogo alemão Jürgen Habermas, “«A Opinião Pública» não se forma através de uma discussão aberta e racional, mas sim através da manipulação e do controlo – como, por exemplo, na publicidade” (*apud idem*: 455). Para a sociabilização e aquisição de competências contribuem os *mass media*, as redes sociais formais e informais mas também “outros fenómenos que [...] têm vindo a provocar alterações nos modos de fruição”. Pensava Benedita Portugal e Melo, concretamente, “no alargamento das classes médias, no desenvolvimento das tecnologias de informação, nas inovações introduzidas no sistema de produção artística e na expansão da escolarização” (Portugal e Melo, 1998: 150).

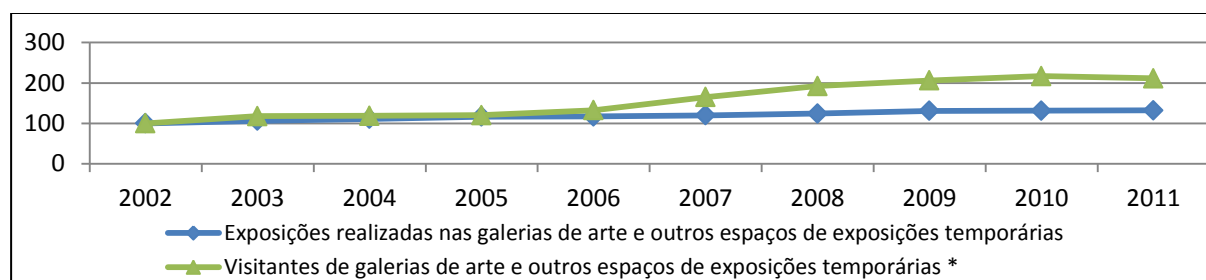
A quase totalidade da população portuguesa (99,9%) possuía em 2011 um televisor em casa, segundo o OberCom (Cardoso *et al.*, 2012: 13). Em relação à imprensa, o mesmo observatório indica que a audiência média dos jornais diários e de informação geral tem vindo a decrescer desde 2008, assim como o número de publicações periódicas e formato de papel, desde 2004, verificando-se um aumento destas em formato eletrónico (OberCom: 77-78). Este indicador é consistente com outro relatório do OberCom, com um estudo referente ao consumo de Internet em Portugal, segundo o qual mais de metade (57,2%) tem acesso à internet em casa e quase metade (49,1%) é utilizador deste meio. Existe mesmo uma diferença de mais de 60% entre a dos mais jovens (90,6% no escalão entre os 15 e os 24 anos) e a dos mais velhos (28,9% nos escalões a partir dos 55 anos). Não se pode ignorar, contudo, a importância de outras vertentes de informação, de proximidade humana, como a família ou o círculo de amigos, como nota Helena Santos:

O público (real e potencial) enquanto elo activo da (re)produção do valor, assente na transmissão através de redes de sociabilidade próxima (amigos, familiares, colegas), que constituem o principal contexto de difusão certificada (ou não...) das obras ou dos eventos, ou das instituições de cultura (Santos, 2008: 81).

#### I.2.4 A cultura das artes visuais em Portugal

Fazendo uma breve análise à evolução do número de exposições temporárias, galerias de arte e visitantes, verifica-se que, embora o índice de evolução do número de galerias e de exposições tenha vindo a ser positivo e quase simultâneo, o número de visitantes tem claramente vindo a crescer muito acima dele (gráfico I.2.4.1). O estudo sobre as políticas culturais, Trabalho e Qualificação nas Actividades Culturais atualiza a informação do projeto *A Cultura em Portugal: Diagnóstico e Prospecção*, de 1985 a 1995, e assinala algumas evoluções nas artes visuais, apesar da fragilidade e limitações que se denotavam, nomeadamente a ainda reduzida dimensão do setor em Portugal e “insuficiente internacionalização da arte contemporânea” (Gomes e Martinho, 2009: 26).

**Gráfico I.2.4.1** - Evolução anual de exposições, galerias e visitantes (2002-2011)



(Números índice) Fonte: A partir de dados do INE, Inquérito às Galerias de Arte e Outros Espaços...

O mercado globalizado da arte é formado por um “xadrez complexo de actores [...] tutelado pelas feiras, galerias de referência, colecionadores” e investidores milionários, como refere Idalina Conde (2009: 9 ss.). Existe uma “interdependência estratégica” que diz respeito às relações entre arte e poder, inscrevendo-se

num cenário multilateral de *governance* em várias escalas, da local à global, que articula o Estado e políticas culturais com vários agentes na sociedade civil, e um terceiro sector híbrido, combinadamente privado e público [...] que pluralizam os poderes intermédios e as esferas/lógicas de legitimidade política, económica, cultural (*idem*).

O mercado, sendo um “jogo de poderes” também é “segmentado e hierarquizado por geografias de poder que restringem a liderança artística internacional a poucos países” contrariando o conceito de globalização, “pelo menos na vertente comercial da arte”, como chama a atenção autora (*idem*).

As entidades artísticas e culturais podem procurar apoios ou parcerias combinando agentes privados e públicos, como fez Joana Vasconcelos. Este é um dos factores-chave na profissionalização do artista plástico e dos agentes do setor envolventes, em que a publicidade nem sempre se assume como tal, mas como uma difusão que promove um objeto ou uma ideia. O aparecimento de novos *media*, que se expandem e fazem emergir uma nova cultura-mundo, promovem simultaneamente a hiper-modernidade. O impacto das redes digitais no consumo torna-se ainda mais evidente, podendo mesmo ditar modas e criar públicos de uma exposição de grande sucesso mediático que, por causa disso, chama a si mais visitantes, exponenciando o processo num ciclo contínuo. Essa «cultura-mundo» poderá tornar o indivíduo submisso, privado da “lucidez e livre-arbítrio”, e ainda que por “mero snobismo” se crie uma «alta cultura», como sugerem Lipovetski e Serroy (*apud* Llosa, 2013: 26), esta pode conduzir a uma literacia, provocada por essa dinamização cultural, embora possa ser mais turística do que artística.

Como notou Conde (2003: 257) a “globalização não está a acontecer apenas em sentido geográfico mas também em termos da nova «cartografia cultural e tecnológica» que caracteriza os ciberespaços dos novos *media* e os horizontes trans-locais da música eletrónica.” Isto aplica-se a outras artes, como a de JV, que se inclui numa cultura visual contemporânea, numa era de interdependências e de influências mútuas entre arte e *media*, realidades físicas e virtuais, tornando as experiências sensoriais cada vez mais interativas, imersivas e sinestésicas. A mediação torna-se uma ferramenta pedagógica<sup>11</sup>, “intercomunicativa ou dialógica com a qual lidam diversos profissionais ligados a programação, a formação de públicos, atividades socio-culturais” (Conde, 2011: 32).

Na relação entre o artista e a sociedade, Alexandre Melo (2002: 84 ss.) aponta que “a obra de arte surge como comunicação entre autor e público”, não havendo artistas sozinhos nem “relações directas bipolares entre um criador e um receptor”. O intermediário tem o papel de os ligar e varia “de acordo com as diferentes disciplinas artísticas<sup>12</sup>”, muitas vezes precedendo a produção de uma obra de arte e sendo uma forma que a indústria cultural e artística encontrou para, através dessa promoção antecipada, conseguir financiamento e investidores que viabilizem a criação.

---

<sup>11</sup> “*pedagogical mediation*”, no original.

<sup>12</sup> “vendedores, consultores, agentes, produtores, críticos, *managers*, relações públicas” (cit?).



### **I.3 Objeto de estudo e modelo de análise**

O objeto de estudo desta investigação é o público da exposição *Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda*, que decorreu de 23 de março a 25 de agosto de 2013 neste monumento, especificamente o não-escolar. A partir da revisão bibliográfica e dos conceitos que lhes estão associados, traçaram-se as quatro dimensões que formam o modelo de análise adotado. A primeira incide sobre a caracterização dos visitantes, tendo em conta dados que permitem traçar o perfil sociodemográfico (como o sexo, a idade, a nacionalidade e a residência), da vida familiar (estado civil), da educação (grau de escolaridade) e da vida profissional (profissão e condição perante o trabalho). A segunda dimensão, que se relaciona com a história de vida, prende-se com a relação dos visitantes com as artes e o património. Neste ponto, procura-se conhecer as práticas culturais e de lazer, nomeadamente as visitas a palácios, monumentos nacionais, locais de exposições de arte contemporânea e a exposições de Joana Vasconcelos, entre outras práticas culturais e de lazer, quer de saída, quer domésticas. Ainda nesta dimensão pretende-se saber qual a relação prévia à exposição e conhecimento dos visitantes sobre a existência do PNA, da artista em causa e do seu tipo de arte (tentando saber se anteriormente efetuaram visitas, quer ao Palácio, quer a exposições de JV). A esta dimensão se relaciona a terceira, na qual se contextualiza a visita e se identifica a situação em que a visita decorreu. Distinguem-se aqui o contexto físico, o temporal e o social, e as motivações e intenções dos visitantes. O contexto físico refere-se à oferta museológica e expositiva (a exposição, temáticas, abordagens, designações e atividades de divulgação e informação científica promovidas), aos elementos organizadores e orientadores/facilitadores (aquisição de ingresso e informações sobre a exposição) e ao discurso expositivo (espaço e sua organização). Este é o ambiente geral que o visitante encontra e que vai influenciar a visita. A este contexto está ligado o temporal e social, ou seja, a data e o dia da semana em que a visita foi efetuada, a afluência de visitantes nesse dia e a modalidade de acompanhamento (por quem o visitante foi acompanhado, quando não sozinho). Nesta dimensão incluem-se ainda as motivações e intenções de visita. Ou seja, saber o que motivou o visitante, qual a razão e sentido que atribui à visita, mas também as expectativas e intencionalidade (se foi propositada ou ocasional). A quarta e última dimensão do modelo de análise incide sobre as características da visita. Por um lado, sobre o decorrer no que respeita à sua duração. Por outro, sobre as avaliações e intenções. O primeiro diz respeito à avaliação e recomendação da visita e do conteúdo expositivo: satisfação com a visita em geral/motivos de satisfação e de insatisfação; contentamento face às expectativas iniciais; avaliação de outros aspetos, como o espaço, a organização, o funcionamento. O segundo caso diz respeito às intenções futuras do visitante, como sejam a recomendação a amigos e/ou familiares (incluindo as razões), ou a intenção de, no futuro, voltar a visitar o PNA e/ou uma exposição de JV.

Foi construído o modelo de análise (esquematizado na figura I.3.1) para tentar entender de que forma a combinação de indicadores sociográficos com a relação cultural dos visitantes, pode influenciar ou estar na origem de uma tipologia específica de públicos da cultura, neste caso de arte

contemporânea e de um Palácio Nacional. O anexo A apresenta com mais detalhe o modelo (com dimensões, sub-dimensões e indicadores respetivos).

**FIGURA I.3.1** – Modelo de análise



#### **I.4 Estratégia metodológica**

A partir da atividade inicial de observação da realidade e do estudo exploratório, nomeadamente das diversas leituras que enquadram a problemática, começou a desenhar-se um plano de investigação que os complementasse. A abordagem foi a dedutiva - de uma teoria ou ciência sobre públicos para factos - (Vaus, 2001), embora partindo da observação do que se passava no real, o caso do fenómeno JV, especificamente no PNA. O principal método de estudo da investigação e recolha de informação foi um inquérito por questionário escrito (anexo B), constituindo os dados primários, fonte principal da informação que se analisa no capítulo III. O questionário destinou-se aos visitantes com idade igual ou superior a 16 anos residentes em Portugal, excetuando-se aqueles pertencentes a grupos escolares (cuja imposição de carácter pedagógico condicionaria ou poderia enviesar o resultado). Com o objetivo de garantir a aleatoriedade dos inquiridos, a entrega foi feita utilizando-se uma taxa de sondagem de 5 em 5 visitantes, com base no universo da amostra e no número de visitantes diário. O questionário, autoadministrado (preenchido pelos visitantes da exposição), estava disponível em língua portuguesa e foi constituído por um total de 29 perguntas, referentes às dimensões do modelo de análise.

A maior parte das questões eram de escolha múltipla e em alguns casos de resposta aberta que complementasse a escolha de resposta, permitindo uma análise qualitativa sobre as razões que os visitantes apontaram para justificar as expectativas iniciais (questão 13), ou para que recomendassem (ou não) a exposição a outras pessoas (questão 14), por exemplo.

## II. CONTEXTUALIZAÇÃO EMPÍRICA: O PNA, JV E A EXPOSIÇÃO

### II.1 Palácio Nacional da Ajuda

O arrasador terramoto de 1755 destruiu também o Paço da Ribeira, na zona baixa de Lisboa. Por isso foi escolhido o alto da colina da Ajuda para aí se construir a residência da Família Real, o Real Paço da Nossa Senhora da Ajuda, que ficou conhecido por *Paço de Madeira* ou *Real Barraca* e que ardeu em 1794. Então, D. José I (1714-1777) mandou erguer a obra da arquitetura portuguesa “traçada ainda de acordo com as tendências arquitectónicas do Barroco” (Godinho, 2011: 7) num projeto iniciado já sob a regência do príncipe real D. João em 1796. No entanto, apenas em 1802, depois de um período de suspensão de cinco anos, é retomada a sua construção, e com adaptação à “nova corrente neoclássica”. Aí viveria a Família Real até à instauração da República (1910), embora durante alguns reinados tenha sido outra a principal residência da monarquia. A sua verdadeira dimensão de Paço Real iniciou-se com D. Luís I (1838-1889), tendo a partir de 1861 sofrido obras “indispensáveis na sua estrutura” e ao conforto para que se tornasse habitável.

Inacabado (vicissitudes marcam a sua construção e imprimem-lhe uma descontinuação), o interior foi renovado a partir de 1862, tendo sido enriquecido o recheio através da decoração onde convivem “diferentes épocas e estilos, tendências do Oriente ao Ocidente” (Godinho, 2011: 12). Foi, nos seus tempos áureos e até 1889 (com a morte de D. Luís), palco de “dias de grande gala – os banquetes e as recepções oficiais”, animadas visitas privadas, reuniões, entre “serões preenchidos com jogos e partidas de bilhar, música de câmara, bailes e festas” (*idem*). Encerrou com o fim da monarquia e teve acesso restrito de 1940 até à sua abertura, como casa-museu, em 1968. Conservando os aposentos reais “mantidos fiéis à época após apurados trabalhos de restauro e reconstituição histórica”<sup>13</sup>, constitui “um dos mais importantes museus de Artes Decorativas do país” (*idem*: 13).

Mantém a função de receber cerimónias de Estado, exposições temporárias e outros eventos culturais, destacando-se as exposições "Arte e Cultura do Império Russo nas Coleções do Hermitage - De Pedro, o Grande, a Nicolau II", (em 2007-2008), "José Saramago. A consistência dos sonhos"(em 2008), “100 Anos de Património: memória e identidade – Portugal 1910-2010” (em 2010) ou, mais recentemente, “Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda” (em 2013), objeto de estudo deste trabalho. Afeto à DGPC<sup>14</sup>, o Palácio Nacional da Ajuda contém coleções de artes decorativas de muita importância, do século XV ao século XX, destacando-se os núcleos dos séculos XVIII e XIX de ourivesaria, joalharia, têxteis, mobiliário, vidro e cerâmica, pintura, gravura, escultura e fotografia.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Em <http://ticketline.sapo.pt/evento/6313>. Consulta: 23-09-2013.

<sup>14</sup> Conforme n.º 2 do artigo 8º e anexo II alínea h), do Decreto-Lei n.º 115/2012 de 25 de maio (em Diário da República, 1.ª série — N.º 102 — 25 de maio de 2012), em <http://www.imc-ip.pt/pt-PT/recursos/legislacao/ContentDetail.aspx>. Consulta: 15-10-2013.

<sup>15</sup> Em <http://www.palacioajuda.pt/pt-PT/colecoes/HighlightList.aspx>. Consulta: 15-10-2013.

## II.2 Joana Vasconcelos: percurso e marca artísticos

Joana Vasconcelos (n. 1971) é uma artista plástica portuguesa que vive em Lisboa, onde trabalha e tem estabelecido o ‘centro’ de produção e gestão de todas as obras que cria: o Atelier Joana Vasconcelos. O percurso da artista foi crescente – em produção artística, notoriedade e reconhecimento - desde meados da década de 1990, quando começou a expor. O seu processo de criação artística “assenta na apropriação, descontextualização e subversão de objetos pré-existentes e realidades do quotidiano”. As suas esculturas, instalações, performances, registos de vídeo ou de fotografia, revelam “um agudo sentido de escala e domínio da cor, [...] materialização de conceitos desafiadores das rotinas programadas do quotidiano”, como é definida na página em linha da artista:

Partindo de engenhosas operações de deslocação, reminiscência do *ready-made* e das gramáticas *nouveau réaliste* e *pop*, a artista oferece-nos uma visão cúmplice, mas simultaneamente crítica, da sociedade contemporânea e dos vários aspetos que servem os enunciados de identidade coletiva, em especial aqueles que dizem respeito ao estatuto da mulher, diferenciação classista, ou identidade nacional. Resulta desta estratégia um discurso atento às idiossincrasias contemporâneas, onde as dicotomias artesanal/industrial, privado/público, tradição/modernidade e cultura popular/cultura erudita surgem investidas de afinidades aptas a renovar os habituais fluxos de significação característicos da contemporaneidade.<sup>16</sup>

Depois de passar pela Escola António Arroio, no Ar.Co Joana aprendeu desenho e joalheria, “espreitando” (CanalQ, 2013) as aulas de escultura. Encontrou a *sua* arte, um discurso muito mais conceptual e diferente, nada bidimensional, que marca ainda as obras que cria. Atualmente no atelier de Joana Vasconcelos trabalham cerca de 30 pessoas, aproximando a sua organização da *factory* de Andy Warhol, tendo já criado mais de quatro centenas de obras<sup>17</sup>, muitas delas (341) inseridas em mais de quarenta séries. Aqui se incluem cerca de três dezenas de encomendas e projetos de arte pública, em Portugal e no estrangeiro, que mostram o ecletismo e a *contaminação*<sup>18</sup> para locais normalmente não destinados à arte (como o centro comercial). A artista tem tido, ainda, a perspicácia de encontrar outras formas de rentabilidade (e visibilidade) da sua arte, quer na venda de *merchandising* em espaços (físicos ou virtuais) como a Fnac, a Artwear ou a loja do jornal Público<sup>19</sup>, quer em parcerias com marcas como a Vista Alegre ou a Toyota<sup>20</sup>. Construiu, assim, outras “*mise-en-scène* e horizontes de expectativa” (Conde, 2009: 16), ao mesmo tempo que questiona o papel e o poder dos espaços ditos tradicionais. Essas soluções, numa era da comunicação e interatividade, pós

---

<sup>16</sup> Em <http://www.joanavasconcelos.com/biografia.aspx>. Consulta: 08-10-2013.

<sup>17</sup> Evolução anual e acumulada da produção artística, de 1994 a 2013, em anexo C.

<sup>18</sup> O termo faz referência também a uma obra da artista, *Contaminação*, de 2008.

<sup>19</sup> Respetivamente em <http://www.fnac.pt/merchandising/Joana-Vasconcelos>, <http://www.artwear.com.pt> e <http://loja.publico.pt/categories.php?category=Merchandising-Joana-Vasconcelos>. [Consult.11-06-2013]

<sup>20</sup> No primeiro caso, criando uma baixela inspirada numa das obras criadas para a exposição de Versalhes, à venda nas lojas da Vista Alegre Atlantis em todo o mundo; no segundo caso desenhando cinco variações para o Toyota 5iQ Urban Art (respetivamente, <http://www.dinheirovivo.pt/Faz/Artigo/CIECO063273.html> e <http://www.toyota.pt/about/iq-urban-art/5-iq-urban-art.tmex>). [Consult.11-06-2013]

ou hiper-moderna, podem não resolver os “(des)encontros mais profundos entre arte e público”, mas facilitam o acesso deste às obras. Pode questionar-se a eficácia da formação e criação de públicos, neste caso de arte contemporânea. A controvérsia atinge Joana Vasconcelos<sup>21</sup>, como é habitual no meio artístico, não só no questionamento sobre se as suas obras são arte ou sobre a perda da aura ou “dos valores do seu culto a favor dos de exibição, reprodução, circulação, trivialização” que “relativizam os artefactos e magnificam, ou hiperbolizam, os [valores] do culto, ou culto do seu autor” (Conde, 2013: 15), formando “artistas como estrelas”, neste caso do *hiper-pop*.

A preocupação sobre a reduzida internacionalização da arte contemporânea, implica o “problema da falta de circulação e projeção da produção artística portuguesa noutros países” (Gomes, e Martinho, 2009: 26) e resulta de fatores como o insuficiente investimento governamental na

ligação entre criadores e pessoas que estão no meio com *know how*, proporcionando-lhes os mecanismos para a internacionalização [...], a desproporção entre investimento em produção e o necessário investimento em redes de distribuição e de circulação internacional [...] e o reduzido número de mediadores com peso suficiente no panorama internacional, pouca influência das galerias como grupo de pressão, inexistência de uma imagem de marca externa do país.

Joana desde cedo trabalhou a sua carreira a nível internacional, tendo conseguido ultrapassar essas dificuldades, que assombram o setor e os artistas. Foi precisamente através do investimento e promoção no mercado internacional que conseguiu provar a sua qualidade e só depois o sucesso se refletiu em Portugal. Em 2012 tornou-se na “primeira mulher e na mais jovem artista a expor no Palácio de Versalhes, numa mostra visitada por mais de milhão e meio de pessoas, transformando-a na exposição mais visitada em Paris nos últimos 50 anos.”<sup>22</sup> Desde 1994 participou em mais de uma centena de exposições coletivas, performances, *happenings* e quase 50 exposições individuais, desde 2000 (anexo D). Destas, mais de metade tiveram lugar no estrangeiro. A peça/navio *Trafaria Praia*, é já um famoso pavilhão flutuante que representou Portugal na Bienal de Veneza<sup>23</sup>. Atracado no Cais do Sodré (Lisboa), possibilita a sua visita e um passeio pelo Tejo<sup>24</sup>.

Desde 2000 Joana Vasconcelos recebeu inúmeros prémios. Atualmente é uma marca e a sua assinatura faz a diferença sobre o valor de uma obra. Como notava Pierre Bourdieu, a magia da assinatura “pode, ao aplicar-se a um objecto qualquer, [...] duplicar extraordinariamente” (Bourdieu, 2003: 229) o valor de uma obra (relembrando Duchamp). Talvez tenha adquirido já o “triplo” poder artístico de “representar, transcender e agir sobre os imaginários da sociedade” (Conde, 2009: 2), civilizando e inspirando através da arte (sofisticada e/ou de insubordinação?) que cria. Idalina Conde

---

<sup>21</sup> A *Noiva* (2001), é talvez a mais polémica, se lembrarmos o episódio do Palácio de Versalhes, que negou incluí-la na famosa e mediática exposição (2012).

<sup>22</sup> Em <http://ticketline.sapo.pt/evento/6313>. Consulta: 23-09-2013.

<sup>23</sup> 55ª Exposição Internacional de Arte de 1 de junho a 24 de novembro de 2013.

<sup>24</sup> Proporcionados pela Douro Azul, que tomou a si a gestão desta embarcação/obra-de-arte. <http://www.douroazul.com/Default.aspx?ID=1621>. Consulta: 23-09-2013.

notou que um artista deve ter a “perícia alquímica de transformar o vulgar em extraordinário [...] elevando a objecto uma condição de sujeito” (*idem*: 34). Assim parece a obra de Joana, como o havia feito Warhol: ele, pegando na Coca-Cola e na cultura de massas, ela nos objetos da cultura (e nostalgia) tradicional portuguesa (e não só), reinterpretando-as e recriando-as noutra imaginário, de mistificação, também popular e de massas.

Para Conde, por exemplo, a assinatura é muito importante (Conde, 2013: 31), daí que o nome de Joana Vasconcelos – e a imaginária artística a ela associada – possa ter sido suficiente para levar ao Palácio Nacional da Ajuda um número de visitantes nunca antes registado. Apesar de gozar de algum reconhecimento do público e de alguma crítica especializada, também por ter conseguido ultrapassar o “vórtice do efémero” (*idem*: 33), não é reconhecida, ainda, principalmente pelos pares (CanalQ, 2013). No entanto, já ocupa um lugar na História da Arte. Embora António Cerveira Pinto tenha afirmado que “quando os artistas se reduzem à dimensão da notícia, o destino que os espera é necessariamente breve” (*apud* Conde, 2013: 33), isso não se passará no caso da jovem artista, que em 2014 tem já uma fundação com o seu nome<sup>25</sup>. Nas diferentes fases da carreira de Joana identificam-se diversos intermediários culturais e *gatekeepers*, com facilitadores ou promotores, mediadores no mercado e estruturas de suporte, que se descrevem num quadro em anexo E com as fases e camadas de mediações, com base naquele de Cliche e Wiesand (*apud* Conde, 2011: 40).

### **II.3A exposição *Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda***

Algumas exposições de arte, temporárias ou permanentes, são reconhecidas atualmente “como eventos capazes, por si próprios, de fazer História”<sup>26</sup>. A exposição temporária de arte contemporânea *Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda*, insere-se nesta descrição. Comissariada por Miguel Amado, foi organizada numa parceria entre o Palácio Nacional da Ajuda (que institucionalmente a acolheu), a Everything is New (EIN) e o Atelier Joana Vasconcelos. Teve o Alto Patrocínio de Sua Excelência o Presidente da República, o apoio institucional do Secretário de Estado da Cultura (SEC), da Direcção-Geral do Património Cultural (DGPC), contando também com o apoio da Câmara Municipal de Lisboa, a RTP e a TSF Rádio Notícias, e ainda o patrocínio da Sagres. Nos 32 espaços interiores do piso térreo e do andar nobre do Palácio estiveram expostas 38 obras<sup>27</sup>, 28 das quais eram provenientes da coleção particular de Joana Vasconcelos, pertencendo as restantes a colecionadores e instituições que as cederam para esta exposição.

A exposição decorreu de 23 de março a 25 de agosto de 2013, todos os dias das 10h00 às 19h00 e aos sábados até às 21h00, encerrando às quartas-feiras. Nos últimos dias (de 22 a 25 de agosto) a abertura da exposição foi estendida: para as 19h00 nos dias 22 e 23 (com última entrada às 18 horas e

---

<sup>25</sup> Em [http://www.dn.pt/inicio/artes/interior.aspx?content\\_id=3454210](http://www.dn.pt/inicio/artes/interior.aspx?content_id=3454210). Consulta: 21-10-2013.

<sup>26</sup> Em <http://institutodehistoriadaarte.wordpress.com/2013/10/21/documentacao-de-exposicoes-de-arte-contemporanea/>. Consulta: 21-10-2013.

<sup>27</sup> Mapa da exposição em anexo F.

sujeito à lotação); para as 24h00 no dia 24 (sábado, com última entrada às 23 horas e sujeito à lotação) e para as 21h00 no dia 25 (domingo, com última entrada às 20 horas e sujeito à lotação<sup>28</sup>). Também no dia 18 de maio o horário da exposição tinha sido alargado até à meia-noite para celebrar o Dia Internacional dos Museus.

Estiveram disponíveis diversos tipos de bilhetes para visitar a exposição. O bilhete normal custava 10 euros, contando com descontos (50%) para jovens (dos 6 aos 18 anos), estudantes, maiores de 65 anos, funcionários do SEC e DGPC (mediante a apresentação de comprovativo). Havia outras condições especiais de acesso: as crianças até aos seis anos não pagavam; para famílias havia duas modalidades: para dois adultos com um filho entre os 6 e os 18 anos, no valor de 20 euros; e para dois adultos com dois filhos entre os 6 e os 18 anos, no valor de 24 euros. Estavam disponíveis também bilhetes para escolas e universidades, sendo o preço do bilhete por aluno de 4 euros (um professor com entrada gratuita por cada 20 alunos, apenas no caso das escolas, até ao 12º ano); e ainda bilhetes especiais (*fast lane*/acesso prioritário), no valor de 10€ para jovens e de 15 euros para adultos, permitindo o acesso imediato à exposição (não precisando de esperar na fila), mediante disponibilidade (limite máximo de 50 acessos *fast lane* por dia). Além das situações indicadas, aplicáveis para a aquisição de bilhetes no local, havia também a opção de compra através da página em linha da *Ticket Line*<sup>29</sup> ou da Fnac. Neste caso, através de uma parceria com a CP Linha de Cascais, o bilhete permitia a viagem nessa linha, de algumas estações até Belém. A reserva de bilhetes também era possível, apenas para grupos de mais de 50 pessoas. O preço médio por bilhete foi de 7,5€<sup>30</sup>.

A exposição tinha guias informativos (bilingues) disponíveis para consulta e realizava-se sobretudo em regime de circuito livre, havendo a possibilidade de efetuar a visita com um guia. Algumas visitas foram especialmente organizadas, como por exemplo a multissensorial<sup>31</sup>, realizada no dia 21 de agosto, para pessoas cegas e com baixa visão, que tiveram a autorização da artista para tocar sem luvas em 11 peças selecionadas (as mais emblemáticas), proporcionando uma oportunidade única de envolver os sentidos, já que algumas das obras não envolvem apenas a visão: além de se poderem ver, ouvir (um fado na peça *Coração Independente* ou em *Carmen*, de Bizet), cheirar (a naftalina da peça *Brise*), sentir na pele (o vento das ventoinhas de Airflow), puderam, nessa ocasião, tocar-lhes.

De acordo com os dados fornecidos pela EIN, foram registadas 220.161 entradas com bilhete. Conforme se pode verificar no quadro II.3.1, agosto foi o mês com o maior número de bilhetes registados, indicando que muitos visitantes deixaram para os últimos dias a visita à exposição, o que provocou longas e demoradas filas. A exposição contou, pontualmente, com algumas ações de

---

<sup>28</sup> Conforme <http://www.joanavasconcelos-pnajuda.pt/informacoes/horarios>, consultado em 20-08-2013.

<sup>29</sup> Em <http://ticketline.sapo.pt/evento/6313>.

<sup>30</sup> De acordo com Álvaro Covões, diretor da Everything is New, em entrevista (em <http://www.rtp.pt/noticias/index.php?article=675873&tm=4&layout=122&visual=61>). Consulta: 30-10-2013.

<sup>31</sup> Em <http://www.palacioajuda.pt/pt-PT/noticias/ContentDetail.aspx?id=678>. Consulta: 31-10-2013.



animação para entreter os visitantes, como a participação de tunas ou concertos de música clássica na arcada principal (da entrada).

Deve notar-se que o número de bilhetes não corresponde, necessariamente, ao número de visitantes, uma vez que os totais disponibilizados não incluíam o número de crianças até aos 6 anos (que não pagavam) e outros convites. No final do primeiro mês já tinha tido mais de 43.000 visitantes, ou seja, quase tantos quantos aqueles que, em média, num ano visitam aquele monumento. Segundo a *EIN* no final a exposição *JV no PNA* tinha totalizado 235.212 visitantes, garantindo um “recorde histórico de visitas para uma mostra de arte individual”<sup>32</sup>. Aliás, Joana Vasconcelos ‘bateu’ o seu próprio recorde, já que *Sem Rede*, apresentada no CCB - Museu Coleção Berardo (de 1 de março a 18 de maio de 2010), em apenas dois meses e meio tinha atingido os 167.852 visitantes<sup>33</sup>. Essa tinha sido, até essa data, a sua maior exposição individual retrospectiva.

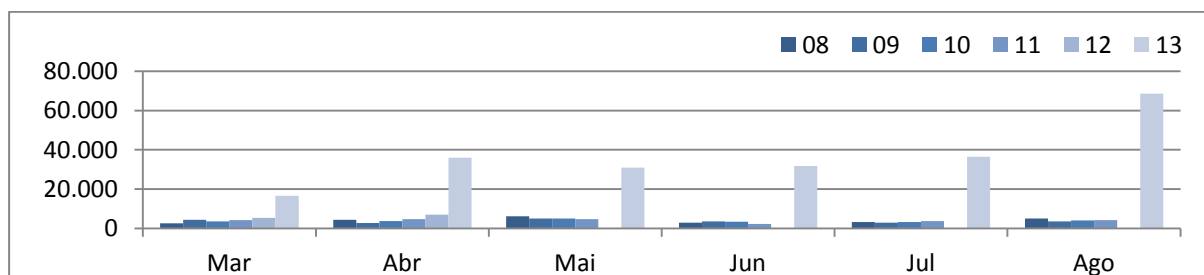
**QUADRO II.3.1** - Número de bilhetes registados, média diária e dias da Exposição aberta (por mês)

	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	TOTAL
Nº BILHETES	16.602	35.888	30.953	31.684	36.431	68.603	<b>220.161</b>
MÉDIA DIÁRIA	2.075	1.380	1.191	1.219	1.401	3.118	<b>1.643</b>
DIAS DE EXPOSIÇÃO	8	26	26	26	26	22	<b>134</b>

Fonte: Elaboração própria, a partir de dados da *Everything Is New*.

É possível verificar o sucesso da *Exposição* comparando o número de visitantes com os de iguais períodos de anos anteriores. (gráfico II.3.1) Para isso contribuiu a vasta divulgação levada a cabo pela empresa que se estreou na organização de uma exposição de arte contemporânea. A campanha de divulgação da exposição, levada a cabo desde o início até aos últimos dias de exposição, incluiu diversos formatos publicitários, que terão sido cruciais para a afluência e sucesso: anúncios na televisão, na rádio, na imprensa, na internet (página em linha do Palácio e página em linha da exposição), brochuras distribuídas no Palácio ou cartazes espalhados pela cidade de Lisboa, sobretudo.

**GRÁFICO II.3.1** - Visitantes do Palácio Nacional da Ajuda de março a agosto (2008-2013)



Fonte: IMC. Notas: i) existe quebra em 2012 - os dados disponíveis sobre os visitantes a partir de abril não se encontravam disponíveis. ii) Os dados relativos a 2013 reportam-se ao número de bilhetes emitidos.

<sup>32</sup> Em [http://diariodigital.sapo.pt/news.asp?id\\_news=652648#.Uhsprpw2xUI.email](http://diariodigital.sapo.pt/news.asp?id_news=652648#.Uhsprpw2xUI.email). Consulta: 25-09-2013.

<sup>33</sup> Em <http://www.publico.pt/cultura/noticia/joana-vasconcelos-foi-a-ajuda-fazer-a-exposicao-individual-mais-vista-de-sempre-em-portugal-1602980#/0>. Consulta: 25-09-2013.



### III. EXPERIÊNCIAS DO PÚBLICO: INQUÉRITO AOS VISITANTES

#### III.1 Aplicação e balanço

Foram entregues 587 questionários em 17 dias de aplicação, entre 11 de julho e 16 de agosto de 2013: 6 dias em fim de semana (3 manhãs e 3 tardes) e 11 dias durante a semana (6 manhãs e 5 tardes), num total de 9 manhãs e 8 tardes, por forma a abranger diferentes dias e períodos. No período da manhã, a aplicação (entrega e recolha) foi feita entre as 10h00 e as 14h00; no período da tarde a aplicação foi feita entre as 14h00 e as 18h00. O quadro III.1.1 resume a distribuição por dia de semana, períodos (manhã e tarde), média de entrega, recolha e taxa de recolha diária dos questionários. A entrega dos questionários aos visitantes era feita ao visitante, no início da visita<sup>34</sup>, a quem se identificava o inquiridor e sucintamente se apresentava o estudo e o seu objetivo, assim como a importância da participação, solicitando-se o preenchimento e entrega no final da visita à exposição, ao investigador ou ao colaborador. Na recolha do questionário, era colocada a data da visita no campo criado para o efeito (no cabeçalho da primeira página). Dos 587 questionários entregues, 471 foram respondidos e recolhidos, correspondendo a cerca de 80% de taxa de resposta. Procedeu-se à numeração (por ordem de data de visita) e introdução dos dados no suporte informático de análise estatística (SPSS®), assim como à codificação das respostas abertas. Depois de uma primeira verificação, passou-se ao apuramento final dos questionários, excluindo-se, em primeiro lugar, as respostas de não residentes em Portugal, com idade igual ou inferior a 15 anos ou com dados incompletos, sobretudo dados sociográficos indispensáveis. No total validaram-se 434 questionários, que constituem a amostra base do estudo e que representam 92,1% do número total de questionários recolhidos. O quadro III.1.2 resume os totais de questionários entregues e recolhidos, taxa de respostas, questionários inválidos e validados, com respetiva taxa de validação.

**QUADRO III.1.1** - Balanço da aplicação dos questionários (por dias e períodos do dia)

	Dias de aplicação	Manhãs	Tardes
Fim de semana	6	3	3
Dia de semana	11	6	5
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>9</b>	<b>8</b>

**QUADRO III.1.2** - Indicadores da aplicação dos questionários

	Questionários entregues	Questionários recolhidos	Taxa de respostas	Inválidos*	Válidos	Taxa de validação
TOTAIS	587	471	80%	37	434	92,1%

\* Visitantes com idade =< 15 anos e não residentes em Portugal, ou que não responderam a estas duas variáveis

Seguem-se os resultados das quatro dimensões de análise do modelo de análise.

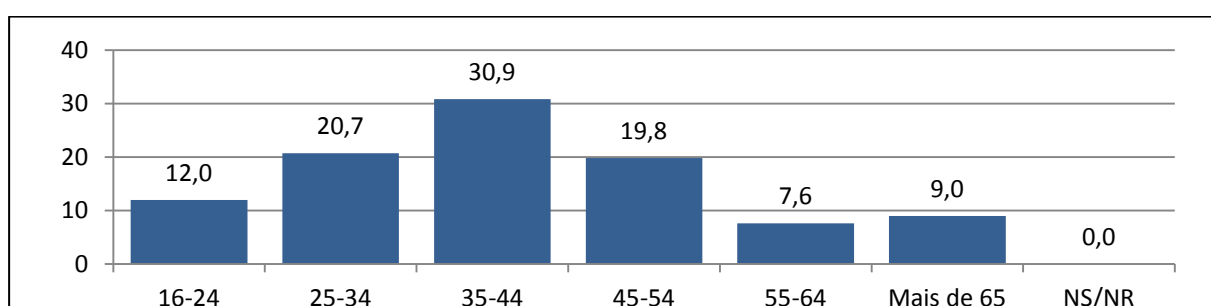
<sup>34</sup> Antes da entrada: imediatamente antes ou imediatamente depois da aquisição do bilhete, ou enquanto aguardava para entrar.

### III.2 Caracterização sociográfica

Na análise dos inquiridos segundo o *Sexo*, constata-se que são maioritariamente do sexo feminino, representando 73,5% contra apenas 26,5% dos do sexo masculino. Este dado está em consonância com aqueles dos estudos já apresentados (no ponto II.2.2). É necessário ressaltar que a percentagem efetiva de visitantes do sexo feminino pode estar sobrerrepresentada, uma vez que se observou, durante a aplicação, que uma considerável parte vinha acompanhada do companheiro, cônjuge ou namorado. Conforme se poderá verificar na modalidade de acompanhamento, estes somam 43,4%. Uma das razões que justifica a predominância do sexo feminino na variável sexo pode ter a ver com o facto de alguns visitantes do sexo masculino, a quem foi entregue o questionário para preencher, o tenha dado à acompanhante do sexo feminino, apesar das indicações expressas aquando da entrega, para que o mesmo fosse preenchido pela pessoa a quem foi entregue.

Quanto à composição dos visitantes segundo a *Idade* (gráfico III.2.1), observa-se que a maior parte tem mais de 35 anos (67,3%), sendo que o escalão etário entre os 35 e os 44 anos é o que mais se destaca, com 30,9%, seguido do escalão dos 25 aos 34 anos com 20,7%. Dos 45 aos 54 anos a percentagem é menor (19,8%), embora ainda significativa. Os escalões dos mais jovens e dos mais velhos (a partir dos 55 anos) são menos expressivos. A média de idades dos inquiridos é de 41 anos.

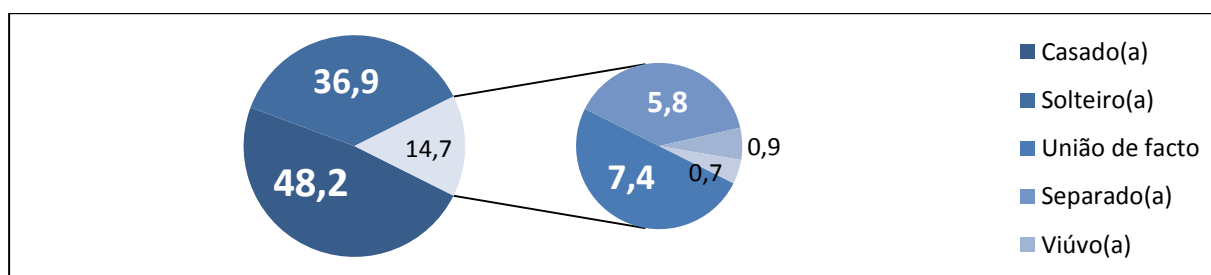
**GRÁFICO III.2.1** – Idade dos visitantes



(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434)

Tendo em conta a *Situação conjugal*, verifica-se que mais de metade dos visitantes inquiridos são casados (48,2%), embora cerca de um terço seja solteiro (36,9%). As restantes categorias são menos representativas (gráfico III.2.2).

**GRÁFICO III.2.2** – Situação conjugal dos visitantes



(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=433)

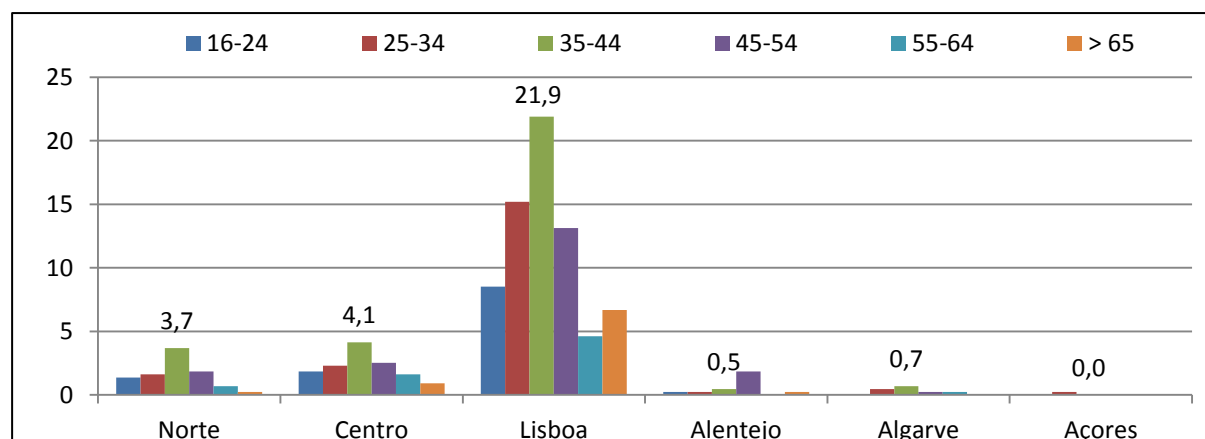
Considerando a *Residência dos visitantes* não surpreende, pela proximidade geográfica com o local da exposição, que a maior parte (70%) resida na região de Lisboa (NUTS II): 57,4% na grande Lisboa e 12,6% na Península de Setúbal. Os resultados permitem verificar que este ainda é um importante fator de captação de públicos, embora se verifique uma considerável mobilização de outras zonas do país, nomeadamente das regiões do centro e norte do país, cujos visitantes nelas residentes representam 13,4 e 9,4% do total, respetivamente. Residuais são as restantes regiões de Portugal Continental, Alentejo (3%) e Algarve (1,6%). Apenas um dos visitantes da amostra (0,2%) reside na Região Autónoma dos Açores, não se tendo encontrado na amostra nenhum visitante da Madeira. Ao cruzar-se o lugar de *residência com a idade*, verifica-se que é no escalão dos 35 ao 44 anos que se encontra a maior parte dos visitantes de qualquer das regiões, embora a maioria tenha vindo de Lisboa (21,9%). A proximidade do local de residência relativamente ao local da exposição pode favorecer a deslocação do público, em geral, mas o afastamento não o dissuade por completo. (quadro III.2.1 e gráfico III.2.3)

**QUADRO III.2.1** – Residência dos visitantes segundo a região (NUTS II) e a idade

	Residência NUTSII							Total
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Açores	NS/NR	
Idade								
16-24	1,4	1,8	8,5	0,2	0,0	0,0	0,0	12,0
25-34	1,6	2,3	15,2	0,2	0,5	0,2	0,7	20,7
35-44	3,7	4,1	<b>21,9</b>	0,5	0,7	0,0	0,0	30,9
45-54	1,8	2,5	13,1	1,8	0,2	0,0	0,2	19,8
55-64	0,7	1,6	4,6	0,0	0,2	0,0	0,5	7,6
> 65	0,2	0,9	6,7	0,2	0,0	0,0	0,9	9,0
<b>Total</b>	<b>9,4</b>	<b>13,4</b>	<b>70,0</b>	<b>3,0</b>	<b>1,6</b>	<b>0,2</b>	<b>2,3</b>	<b>100,0</b>

(percentagem) Fonte: Inquérito por questionário aos visitantes da exposição JV no PNA. (n=434)

**GRÁFICO III.2.3** – Residência dos visitantes segundo a região (NUTS II) e a idade



(percentagem) Fonte: Inquérito por questionário aos visitantes da exposição JV no PNA. (n=434)

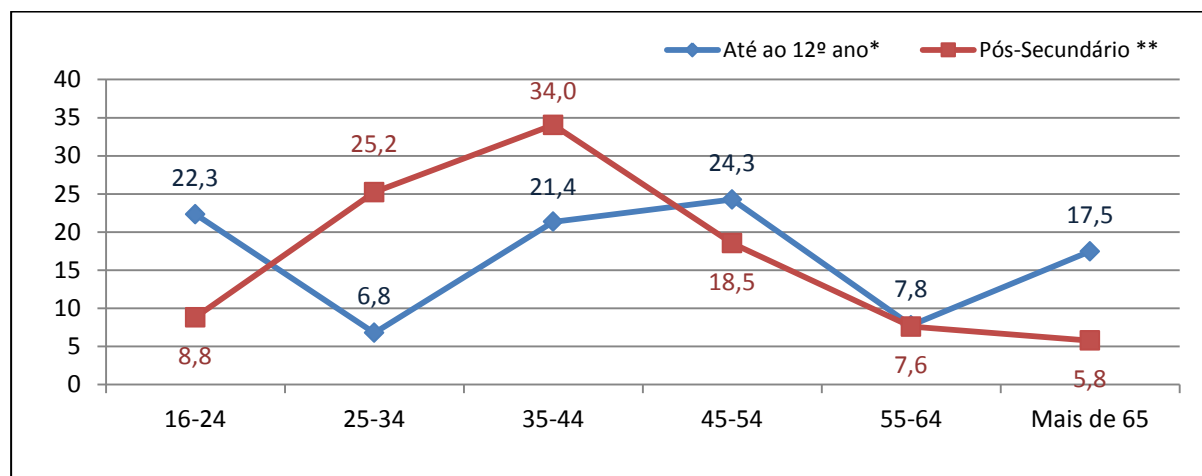
O *Nível de escolaridade* é um importante indicador e um estruturante eixo “da selectividade social dos públicos da cultura”, sendo a “forte correlação entre os elevados graus de instrução e as práticas culturais [...] transversal aos vários estudos” desse âmbito. (Santos, 2002: 79) Tal como nos estudos já referidos, também nos visitantes da exposição de JV no PNA se verifica uma elevada qualificação escolar, com mais de três quartos (75,8%) dos inquiridos a ter formação pós-secundária. Apenas 4,8% têm escolaridade até ao 3º ciclo do ensino básico, sendo que destes 0,2%) não possui qualquer grau de escolaridade. É importante ressaltar que embora se registem elevados níveis, a escolaridade só por si “não representa uma condição suficiente para o acréscimo de consumo de bens culturais” e “apesar de importantes marcadores de distinção social, [os níveis elevados de instrução] não revelam necessariamente padrões de consumo ou de práticas culturais exigentes”, como se indica no estudo sobre os *Públicos do Porto 2001*. (*idem*: 83)

Também o do LPPM (2010: 235) indica que

“numerosos estudios han corroborado que el nivel de estudios es la variable con mayor capacidad de discriminar a los visitantes de los no visitantes, pero no es la única, ni tampoco facilita por sí misma, como decían Bourdieu y Darbel, la comprensión y valoración de los objetos del museo.” (LPPM,.

No cruzamento do *Nível de escolaridade* com a *Idade* esta situação é mais evidente nos escalões etários entre os 25 e os 44 anos. Na faixa etária mais jovem (até aos 24 anos) e nas mais velhas (a partir dos 45 anos) a percentagem dos visitantes com formação superior é menor, aproximando-se mais dos que têm menor grau de escolaridade no escalão dos 55 aos 64 anos (gráfico III.2.4).

**GRÁFICO III.2.4 - Nível de escolaridade dos visitantes por Idade**



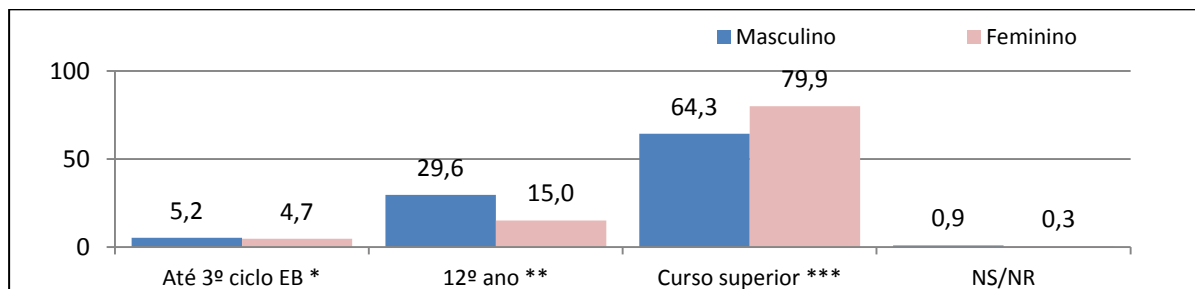
(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434)

\* Visitantes sem grau, com 1º, 2º e 3º ciclo do ensino básico, 12º ano ou Curso Profissional.

\*\* Visitantes com licenciatura ou estudos pós graduados (pós-graduação, mestrado, doutoramento).

A comparação do *Nível de escolaridade* com o *Sexo* (gráfico III.2.5), revela que o número de inquiridos com estatuto académico é maior nas mulheres, representando 79,9%, ou seja, sobrerrepresentadas nesta categoria mais 15,6% do que os seus homólogos masculinos.

**GRÁFICO III.2.5 - Nível de escolaridade dos visitantes por Sexo**



(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434); \* Inclui visitantes sem grau de escolaridade; \*\* inclui visitantes com Curso Profissional; \*\*\* licenciados e pós-graduados.

Considerando o *Grupo ocupacional*<sup>35</sup> dos visitantes da *Exposição*, e tendo por base o seu grupo profissional (ativos) e estatuto ocupacional (não ativos), a partir da observação do quadro III.2.2 pode verificar-se que a maior parte dos inquiridos (70,2%) faz parte da população ativa. Destes, sobressaem os especialistas das atividades intelectuais e científicas, que se destacam com 44%. Se se observarem os dados da população geral em Portugal (Censos 2011) a percentagem destes profissionais é muito menor: apenas 14,9%. No entanto, comparando com dados de 2001, verifica-se um aumento dos especialistas das profissões intelectuais e científicas (mas também do pessoal dos serviços e vendedores) com a diminuição, por outro lado, dos operários, artífices e trabalhadores similares (quadro III.2.3). Apenas 11,9% dos visitantes inquiridos são técnicos e profissões de nível intermédio. As restantes categorias não têm tanta expressão. Os não ativos representam 27,6%, formados sobretudo pelos Reformados (12,1%) e pelos Estudantes (10,7%), sendo menos expressivos os Desempregados (5,3%).

Relativamente à *categoria socioprofissional*<sup>36</sup>, evidencia-se a dos Profissionais Técnicos e de Enquadramento que representam dois terços do total (66,1%). Nesta categoria destacam-se os professores, que representam quase um quarto (15,6%). A dos Empresários, Dirigentes e Profissionais Liberais tem alguma expressão (23,2%) e 10,4% corresponde aos Empregados Executantes, sendo muito residual a de Trabalhadores Independentes (0,3%) (gráfico III.2.6).

<sup>35</sup> Corresponderam-se as respostas dos inquiridos, relativas à profissão, com a Classificação Portuguesa das Profissões (INE, 2011).

<sup>36</sup> Indicador Socioprofissional Individual de Classe (ISPI) e com base com base na Tipologia ACM de classes sociais (João Ferreira de Almeida, António Firmino da Costa, Fernando Luís Machado) - atualização de Rosário Mauritti, 2011.

**QUADRO III.2.2 - Composição ocupacional dos visitantes**

Grupo Profissional (ativos) / Estatuto ocupacional (não ativos)

<b>Ativos</b>		<b>70,2</b>
• Representantes do poder legislativo e de órgãos executivos, dirigentes, directores e gestores executivos	5,0	
• Especialistas das atividades intelectuais e científicas	44,0	
• Técnicos e profissões de nível intermédio	11,9	
• Pessoal administrativo	4,5	
• Trabalhadores dos serviços pessoais, de protecção e segurança e vendedores	2,9	
• Outros *	1,9	
<b>Não ativos</b>		<b>27,6</b>
• Reformados/aposentados	12,1	
• Estudantes	10,7	
• Desempregados	5,3	
<b>ns/nr</b>		<b>2,1</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>

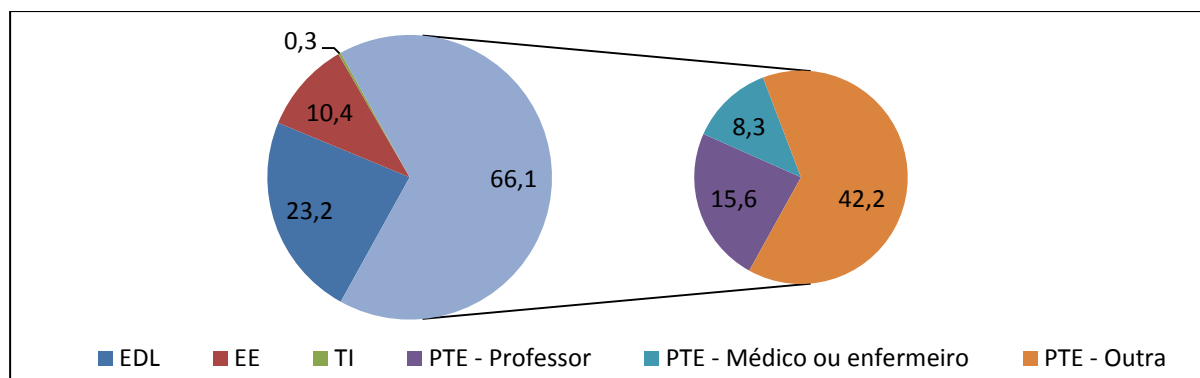
(percentagem em coluna) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=420) \* Inclui Agricultores e trabalhadores qualificados da agricultura, da pesca e da floresta, Trabalhadores qualificados da indústria, construção e artífices, Operadores de instalações e máquinas e trabalhadores da montagem, Trabalhadores não qualificados e Profissões das forças armadas

**QUADRO III.2.3 - Composição ocupacional da população portuguesa**

Profissão (CNP)	2001	2011
Membros das forças armadas	0,7	0,7
Quadros superiores da administração pública, dirigentes e quadros superiores de empresas	7,0	7,4
<b>Especialistas das profissões intelectuais e científicas</b>	<b>8,5</b>	<b>14,9</b>
Técnicos e profissionais de nível intermédio	9,5	11,0
Pessoal administrativo e similares	11,0	9,0
Pessoal dos serviços e vendedores	14,2	19,7
Agricultores e trabalhadores qualificados da agricultura e pescas	4,0	2,3
<b>Operários, artífices e trabalhadores similares</b>	<b>21,5</b>	<b>15,7</b>
Operadores de instalações e máquinas e trabalhadores da montagem	8,6	6,1
Trabalhadores não qualificados	15,0	13,1
Base: População empregada	4.650.947	4.361.187

(percentagem em coluna) Fonte: Censos 2001 e 2011, INE

**GRÁFICO III.2.6 - Composição socioprofissional dos visitantes**



(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=289).

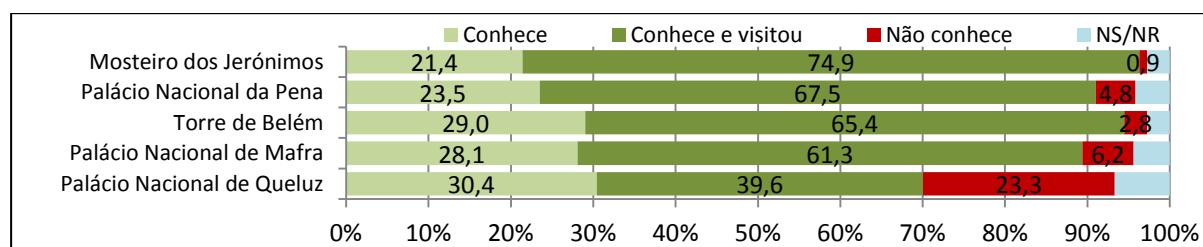
Legenda: EDL - Empresários, Dirigentes e Profissionais Liberais; PTE - Profissionais Técnicos e de Enquadramento; TI - Trabalhadores Independentes (somam os Agricultores Independentes); EE - Empregados Executantes.

### III.3 Relação com as artes e o património, com o PNA e JV

#### III.3.1 Práticas culturais e de lazer (cultura, património e arte)

Foram apresentadas aos inquiridos duas questões correspondentes a planos de frequência de equipamentos culturais, nomeadamente para conhecer o grau de notoriedade/reconhecimento e a frequência, nos últimos 12 meses, de alguns monumentos nacionais e locais de exposição arte contemporânea - neste caso para verificar se se trata de um público conhecedor e seguidor. Assim, verifica-se que na *Frequência e notoriedade de Monumentos* a maior parte conhece ou conhece e visitou os monumentos indicados, sendo o Mosteiro dos Jerónimos (Lisboa) o mais conhecido e visitado, por quase três quartos (74,9%). Este dado não espanta já que foi o monumento nacional mais visitado em 2012 (de acordo com a informação estatística da DGPC). Seguem-se o Palácio Nacional da Pena (Sintra), a Torre de Belém (também entre os mais visitados) e o Palácio Nacional de Mafra, todos indicados por mais de 60% dos inquiridos. Quase um quarto dos visitantes (23,3%) indicou desconhecer o Palácio Nacional de Queluz (Lisboa), embora 39,6% conheça e o tenha visitado ou apenas o conheça (30,4%) (gráfico III.3.1.1).

**GRÁFICO III.3.1.1** – Frequência e notoriedade de Monumentos Nacionais

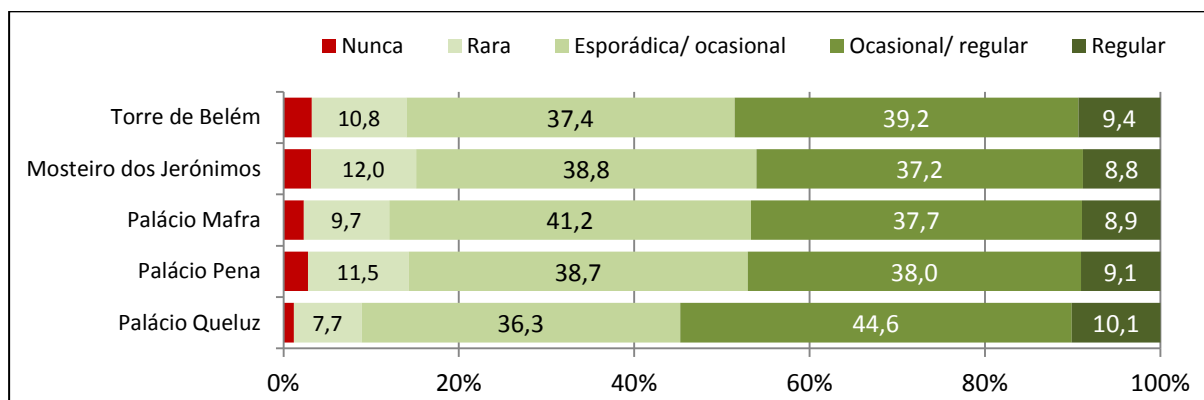


(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434) Nota: Ordenado por *conhece*.

Se se fizer o cruzamento entre o indicador de maior *Notoriedade destes Monumentos* (inquiridos que conhecem e visitaram os Monumentos analisados) e a *Frequência de visita a Monumentos nos últimos 12 meses* (gráfico III.3.1.2), constata-se que a prática destes visitantes é tanto *Esporádica/ocasional*, ou seja, entre 36% e cerca de 41% dos inquiridos visitaram uma a três vezes um Monumento no último ano, como *Ocasional/regular*, ou seja, entre 37% e 45% o fez entre 4 a 11 vezes no mesmo período. Menos expressiva, mas ainda assim de referir, é a prática *Regular*, ou seja, entre 8,8% e 10,1% afirmou tê-lo feito uma vez por mês ou mais.

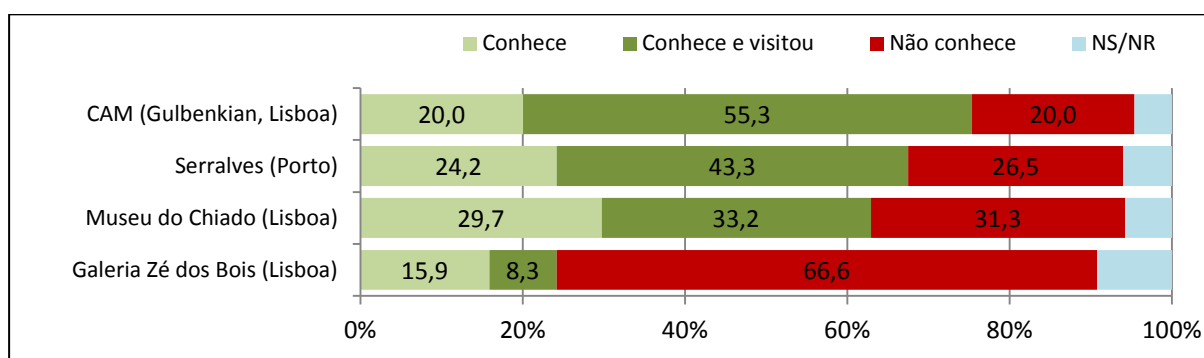
Quanto à *Frequência e notoriedade de locais de exposição de arte contemporânea*, constata-se que o Centro de Arte Moderna (CAM, Gulbenkian, Lisboa) é conhecido e já foi visitado por mais de metade (55,3%) dos inquiridos, seguido de Serralves (Porto) com 43,3%. O Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado (MNAC) distancia-se do CAM em mais de 20 pontos percentuais (com 33,2%). Ainda assim, os 31,3% de visitantes que indicam não conhecê-lo, é suplantado pelos 66,6% (mais do dobro) que desconhecem a Galeria Zé dos Bois (Lisboa), evidenciando-se pela negativa (apenas 8,3% conhece e visitou) (gráfico III.3.1.3).

**GRÁFICO III.3.1.2** – Relação de visita a monumentos no último ano com a resposta *conhece/visitou*



(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=168 Palácio Queluz; 287 Palácio Pena; 257 Palácio Mafra; 317 Mosteiro dos Jerónimos; 278 Torre de Belém.). Nota: Rara=1 vez; Esporádica/ ocasional=1 a 3 vezes; Ocasional/ regular=4 a 11 vezes; Regular=1 vez por mês ou mais.

**GRÁFICO III.3.1.3** – Frequência e notoriedade de locais de exposição de arte contemporânea

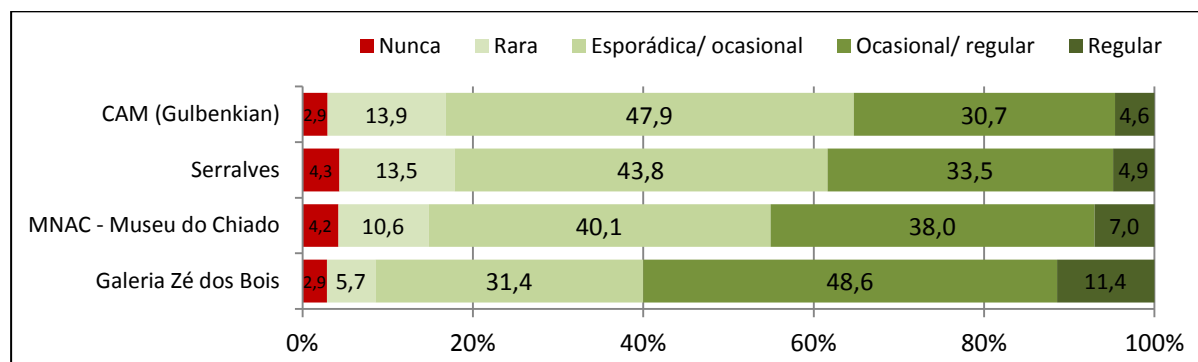


(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição *JV no PNA*. (n=434) Nota: Ordenado por *conhece e visitou*.

Fazendo agora o cruzamento entre o indicador de maior *Notoriedade destes locais de exposição* (inquiridos que conhecem e visitaram os espaços analisados) e a *Frequência de ida a exposições nos últimos 12 meses* (gráfico III.3.1.4), constata-se que a prática destes visitantes é mais *Esporádica/ocasional*, ou seja, entre 40% e 48% dos inquiridos que já conhece e visitou Serralves, o CAM ou o MNAC foram uma a três vezes a exposições no último ano. O caso da Galeria Zé dos Bois, é curioso pois embora seja aquele que mais visitantes desconhece, o tipo de prática daqueles que o conhecem e já visitou é mais *Ocasional/regular* relativamente a idas a exposições, ou seja, quase metade (48,6%) o fez entre 4 a 11 vezes, no mesmo período. Verifica-se que há mais visitantes *Regulares*, neste caso, uma vez que 11,4% foi a uma exposição pelo menos uma vez por mês (os outros espaços nesta prática registam entre 4,5% e 7%).



**GRÁFICO III.3.1.4** – Relação de ida a exposições no último ano com a resposta conhece/visitou

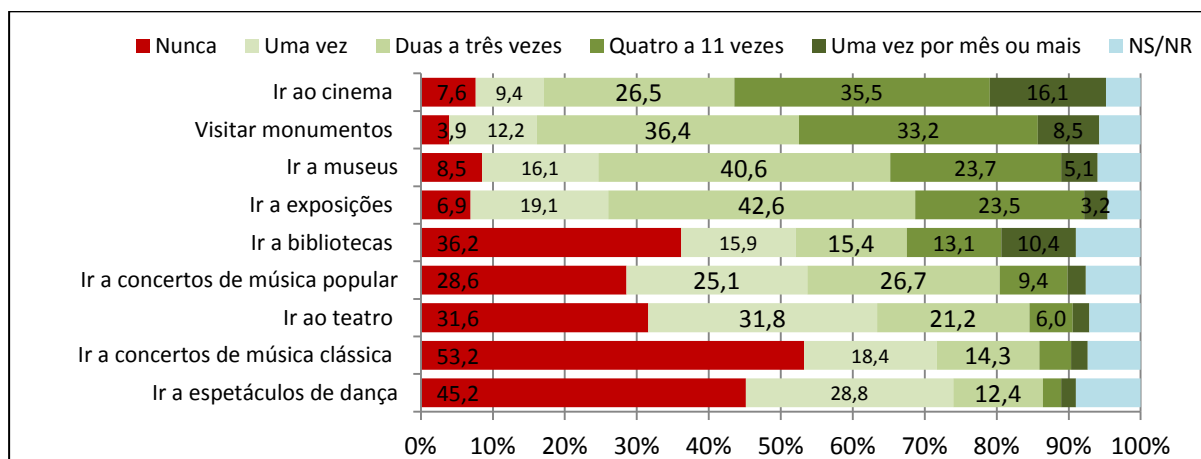


(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=142 MNAC; 238 CAM; 185 Serralves; 35 Galeria Zé dos Bois). Nota: Rara=1 vez; Esporádica/ ocasional=1 a 3 vezes; Ocasional/ regular=4 a 11 vezes; Regular=1 vez por mês ou mais. Nota: Ordenado por *esporádica/ocasional*.

A caracterização dos comportamentos de consumo cultural dos visitantes da exposição *Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda* passa também pelo entendimento dos hábitos de fruição das diversas modalidades de práticas de cultura e de lazer. Analisam-se segundo dois agregados: de *saída* e *domésticas*, correspondendo a cada uma diferentes ritmos temporais: a primeira em termos de frequência mensal e a segunda em termos de frequência mensal e/ou semanal. Em ambos os casos as questões foram feitas sobre a frequência das atividades nos últimos 12 meses. Relativamente às *práticas culturais de saída*, as atividades que os visitantes realizam com mais frequência são ir ao cinema e visitar monumentos, com, respetivamente, 51,6% e 41,7% dos inquiridos a indicar que o fez entre 4 a 11 vezes ou uma vez por mês, nesse período (gráfico III.3.1.5). A ida a museus ou a exposições também são práticas de alguma regularidade, com percentagens idênticas de visitantes que nos últimos meses foram 2 a 3 vezes a museus (40,6%) e/ou a exposições (42,6%), contra 23,7% e 23,5%, respetivamente, para as idas entre 4 a 11 vezes. Destacam-se, pela negativa, aqueles que no último ano não foram a um concerto de música clássica (53,2%), a um espetáculo de dança (45,2%), a uma biblioteca (36,2%), ao teatro (31,6%) ou a um concerto de música popular (28,6%).

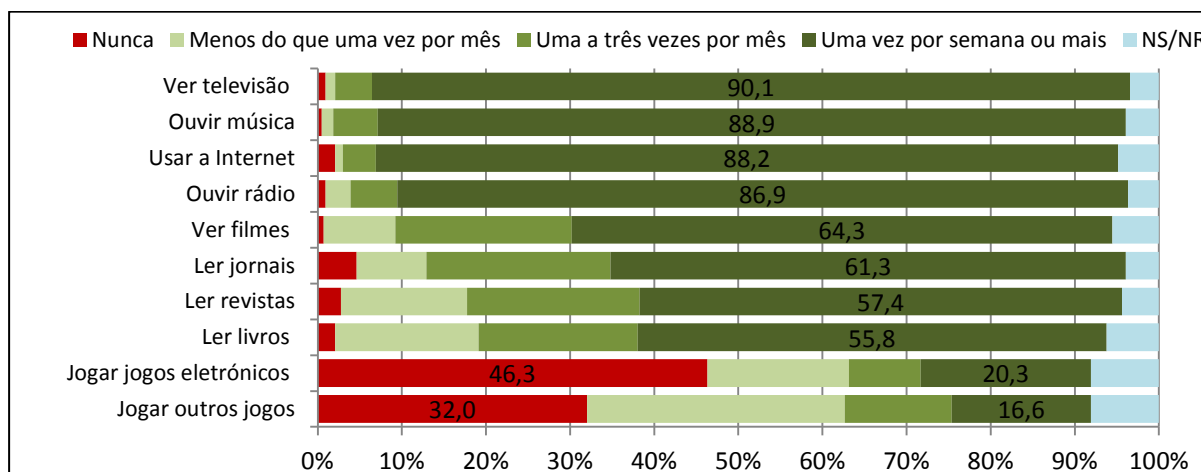
Relativamente às *práticas culturais domésticas*, não surpreende ver a televisão à frente, com 90% dos inquiridos a afirmarem que o fazem mais do que uma vez por semana (gráfico III.3.1.6). Este dado é consistente com a percentagem de pessoas que em Portugal tem televisão (OberCom), o número de horas médio de visionamento, assim como com a grande percentagem de visitantes que afirmou ter sido através deste meio que tomou conhecimento da exposição, como já se referiu. Imediatamente a seguir, com a mesma frequência, ouvem música, rádio ou usam a internet 88,9%, 86,9% e 88,2% visitantes, respetivamente. Também regularmente 64,3% vê filmes, enquanto 20,3% jogam jogos eletrónicos e 16,6% outro tipo de jogos. É nestas duas práticas que se observa haver maior número de visitantes que afirma nunca o ter feito nos últimos 12 meses: 46,3% e 32%, respetivamente. Quanto à frequência de leitura, esta é *Regular* para mais de 55% dos inquiridos a de jornais, de revistas e de livros (excluindo os de estudo e profissionais), apesar de no último ano mais de um terço não ter ido a uma biblioteca.

**GRÁFICO III.3.1.5** – Frequência das práticas culturais de saída no último ano



(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434) Ordenado pelos mais frequentes.

**GRÁFICO III.3.1.6** – Frequência de práticas culturais domésticas no último ano

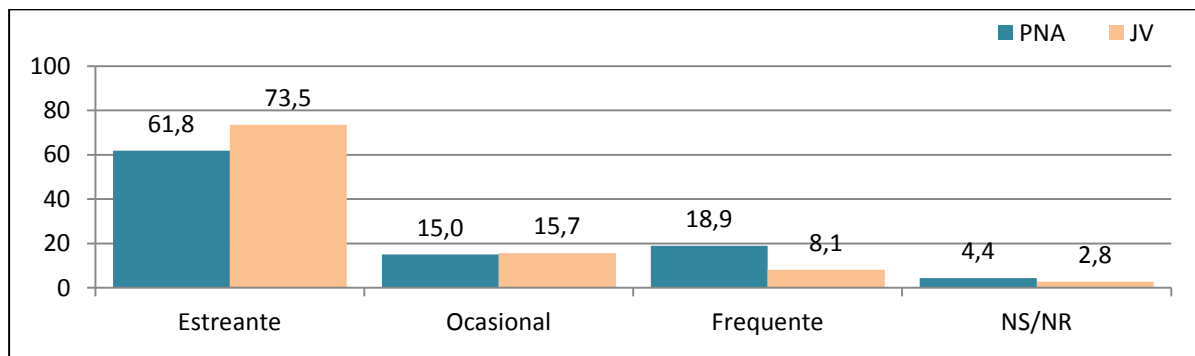


(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434) Ordenado pelos mais frequentes.

### III.3.2 Relação prévia com o PNA e com a arte de JV

No que concerne à *Frequência de visita*, a análise dos dados recolhidos permite constatar que quase 73,5% dos inquiridos visitou pela primeira vez uma exposição de Joana Vasconcelos, enquanto que quase dois terços (61,8%) o faz no Palácio Nacional da Ajuda (gráfico III.3.2.1). Consideram-se, por isso, *Estreantes*. O mesmo critério permite classificar outros dois tipos de frequentadores: *Ocasionais* (aqueles que visitam pela segunda vez); e *Frequentes* (que anteriormente visitaram duas ou mais vezes). Neste caso, em termos de recorrência de visita, é maior a percentagem (mais do dobro, 18,9%) de *Frequentes* em relação ao Palácio do que em relação a uma exposição da artista (8,1%).

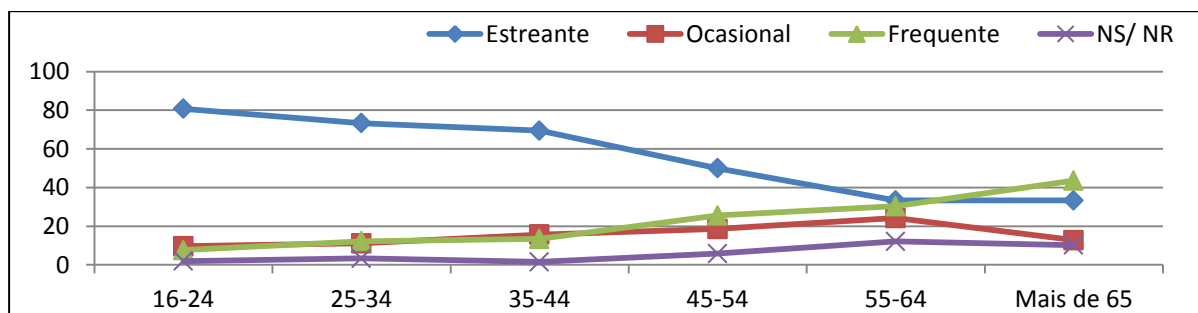
**GRÁFICO III.3.2.1** - Frequência de visita ao PNA e a exposições de JV



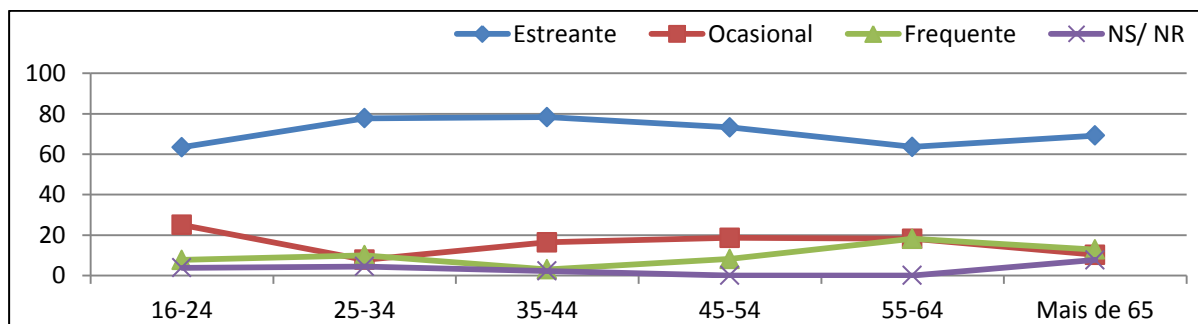
(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434) Legenda: PNA=Palácio Nacional da Ajuda; JV=Exposição de Joana Vasconcelos.

Na análise à *Frequência de visita por idade*, verifica-se, sobretudo, que o número de visitantes estreantes do PNA diminuem com a idade, enquanto os frequentes aumentam, embora menos expressivamente (gráfico III.3.2.2). No caso das visitas a exposições de JV a frequência não difere muito entre os diversos escalões etários (gráfico III.3.2.3).

**GRÁFICO III.3.2.2** - Frequência de visita ao PNA por Idade



**GRÁFICO III.3.2.3** - Frequência de visita a exposições de JV por Idade



No *cruzamento* entre de frequência de visita ao PNA com exposições de JV (quadro III.3.2.1 e gráfico III.3.2.4.) verifica-se que mais de metade dos inquiridos (52,8%) são *Estreantes cumulativos*, ou seja, visitam pela primeira vez uma exposição da artista e este Palácio. No outro extremo estão os *Frequentes cumulativos*, ou seja, apenas 3% já tinham visitado, quer um quer outro, mais do que duas

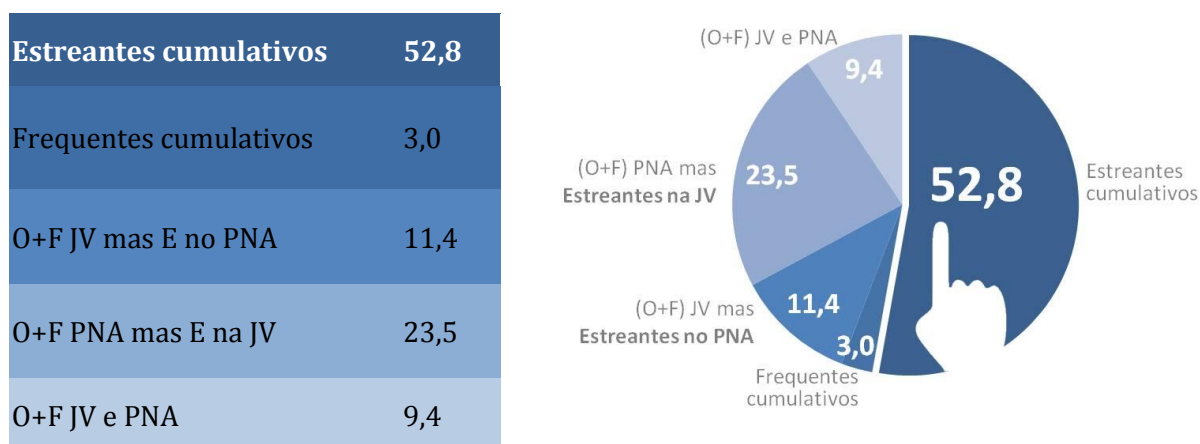
vezes. Os *Ocasionais* e *Frequentes* em ambos os casos somam 9,4%. Evidencia-se, no entanto, a diferença entre os visitantes que se estreiam numa exposição de JV mas que já tinham visitado o PNA anteriormente, correspondendo a 23,5%, contra apenas 11,4% (menos de metade) daqueles que se estreiam na visita ao PNA mas que já o haviam feito a uma exposição de JV. Ou seja, a exposição trouxe até si mais pessoas que já eram visitantes do Palácio do que o inverso ou seja, pessoas que eram visitantes de exposições de Joana Vasconcelos e que visitaram nesta ocasião o monumento.

**QUADRO III.3.2.1** - Relação de frequência de visita ao PNA com exposições de JV

		JV			Total
		Estreantes (E)	Ocasionais (O)	Frequentes (F)	
PNA	Estreantes (E)	52,8	9,1	2,2	64,2
	Ocasionais (O)	11,9	1,7	2,5	16,0
	Frequentes (F)	11,6	5,2	3,0	19,8
Total		76,3	16,0	7,7	100

(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434) Legenda: PNA=no Palácio Nacional da Ajuda; JV=numa Exposição de Joana Vasconcelos.

**GRÁFICO III.3.2.4** - Relação de frequência de visita ao PNA e a uma exposição de JV

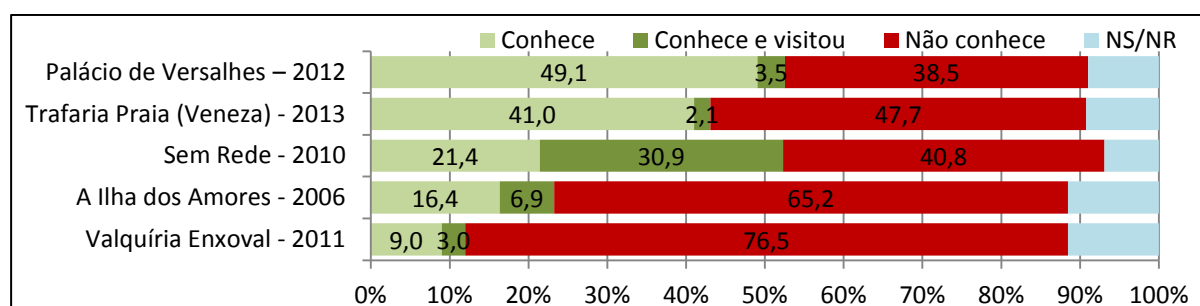


(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434) Legenda: PNA=no Palácio Nacional da Ajuda; JV=numa Exposição de Joana Vasconcelos; O=Ocasionais; F=Frequentes.

Sobre o *Conhecimento e visita a exposições da artista plástica*, constata-se que *Sem Rede* (a primeira mostra retrospectiva da artista, no CCB em 2010), foi, com 30,9%, a mais conhecida e visitada pelos inquiridos (gráfico III.3.2.5). As mais conhecidas (mas menos visitadas) foram a exposição no Palácio de versalhes (2012) e *Trafaria Praia*, na Bienal de Veneza (2013), com 49,1% e 41%, respetivamente, provavelmente por serem mais recentes e tendo sido muito mediatizadas. As exposições *A Ilha dos Amores* (2006) e *Valquíria Enxoval* (2011) foram as que mais visitantes afirmaram desconhecer (65,2% e 76,5%, respetivamente). Para tentar verificar o efetivo conhecimento

e retorno a uma exposição da artista plástica, cruzaram-se as respostas à questão sobre quantas vezes tinha já visitado uma exposição de JV anteriormente com uma outra, tendo sido escolhida *Sem Rede*, por ter sido a mais indicada. Dos 103 visitantes que afirmaram já ter visitado exposições da artista anteriormente (1, 2 ou 3 vezes), 18,4% afirmaram conhecer e apenas 4 responderam não conhecer aquela. Destacam-se, sobretudo, os que responderam conhecer e ter visitado 76,7%, dos quais a maior parte (53 visitantes, ou seja, 67% desses) indicaram ter visitado apenas uma exposição antes daquela na Ajuda, o que indicia ter sido a do CCB. (quadro III.3.2.2)

**GRÁFICO III.3.2.5** – Conhecimento e visita a exposições da artista



(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434) Nota: Ordenado por *conhece*.

**QUADRO III.3.2.2** – Relação do n.º de vezes que afirma ter visitado uma exposição de JV antes, com a exposição *Sem Rede*

		Exposição <i>Sem Rede</i> (CCB, 2010)				Total
		Conhece	Conhece e visitou	Não conhece	NS/NR	
Vezes que visitou uma exposição de JV antes	1	9,7	51,5	3,9	1,0	67,0
	2	5,8	15,5	0,0	0,0	23,4
	3	2,9	9,7	0,0	0,0	15,6
<b>Total</b>		<b>18,4</b>	<b>76,7</b>	<b>3,9</b>	<b>1,0</b>	<b>100</b>

(percentagem, em coluna) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=103)

### III.4 Contexto de visita

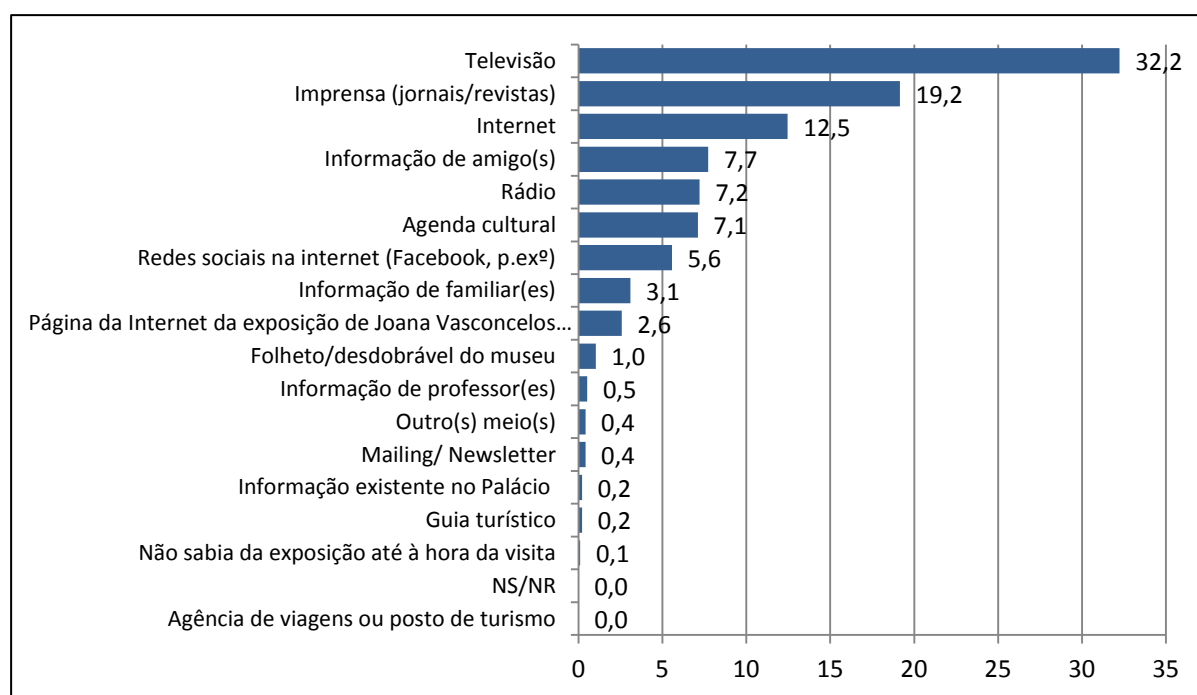
#### III.4.1 Contexto físico

De acordo com as formas de divulgação da exposição da Ajuda já indicadas, a organização terá investido fortemente na publicidade televisiva e de imprensa. Não espanta, por isso, que na análise sobre os *Meios de conhecimento da exposição*, mais de metade dos inquiridos (51,6%) os tenha indicado, sendo a televisão - referida por quase um terço dos visitantes (32,4%) - aquele que ainda causa impacto mediático (gráficos 3.4.1.1 e 3.4.1.2, quadro III.4.1.1). Cabe ainda dentro da divulgação mediatizada uma percentagem importante referente à internet (12,5%) e às redes sociais em linha, embora menos expressivas (5,6%). Toda esta vertente de mediatização (Santos, 2002: 118-119) corresponde a 84,3%, contrastando com os 4,2% relativos à divulgação específica da exposição ou com

os 7,7% da vertente de divulgação informal. No entanto, apesar de menor quando comparada com a vertente mediatizada, esta percentagem prova que os amigos, familiares ou professores ainda têm algum papel na influência na divulgação deste tipo de atividade cultural, comprovando a teoria de John Thompson sobre a interação face-a-face, que é “rica em pistas de que os indivíduos se servem para darem sentido ao que os outros dizem.” (Giddens, 2004 [1989]: 457) Por outro lado, essa mediatização não pode – nem deve – ser analisada sem se considerar “o efeito de filtragem de instâncias mediadoras, como a família, os amigos e outros círculos sociais” (Lopes, 2000: 326). Ainda assim, tendemos a concordar com a posição de Pierre Bourdieu que considera que a televisão oculta “mecanismos anónimos, invisíveis, através dos quais se exercem as censuras de toda a ordem que fazem da televisão um formidável instrumento da ordem simbólica”. (1996: 20)

Se compararmos os dados sobre as vertentes de divulgação privilegiada pelos visitantes da exposição *JV no PNA* com os do *Porto 2001*, por exemplo, pode verificar-se que a vertente informal foi mais importante (42%) do que a mediatizada (36%) - sobretudo a imprensa -, por sua vez quase tão expressiva como a específica (34%) dos eventos das diversas áreas de programação (artes do palco, artes plásticas, música, cinema e animação da cidade) da então Capital Europeia da Cultura. (Santos, 2002: 119 ss.) No entanto, se se analisar a área das artes plásticas especificamente – a que mais se aproxima da exposição – apesar da importância da vertente informal (sobretudo da informação de professores), a publicidade dispersa pela cidade e a televisão têm um peso mais expressivo do que noutras áreas, facto justificado por as exposições decorrerem “de uma forma contínua ao longo de um alargado período de tempo.” (*idem*: 123-124)

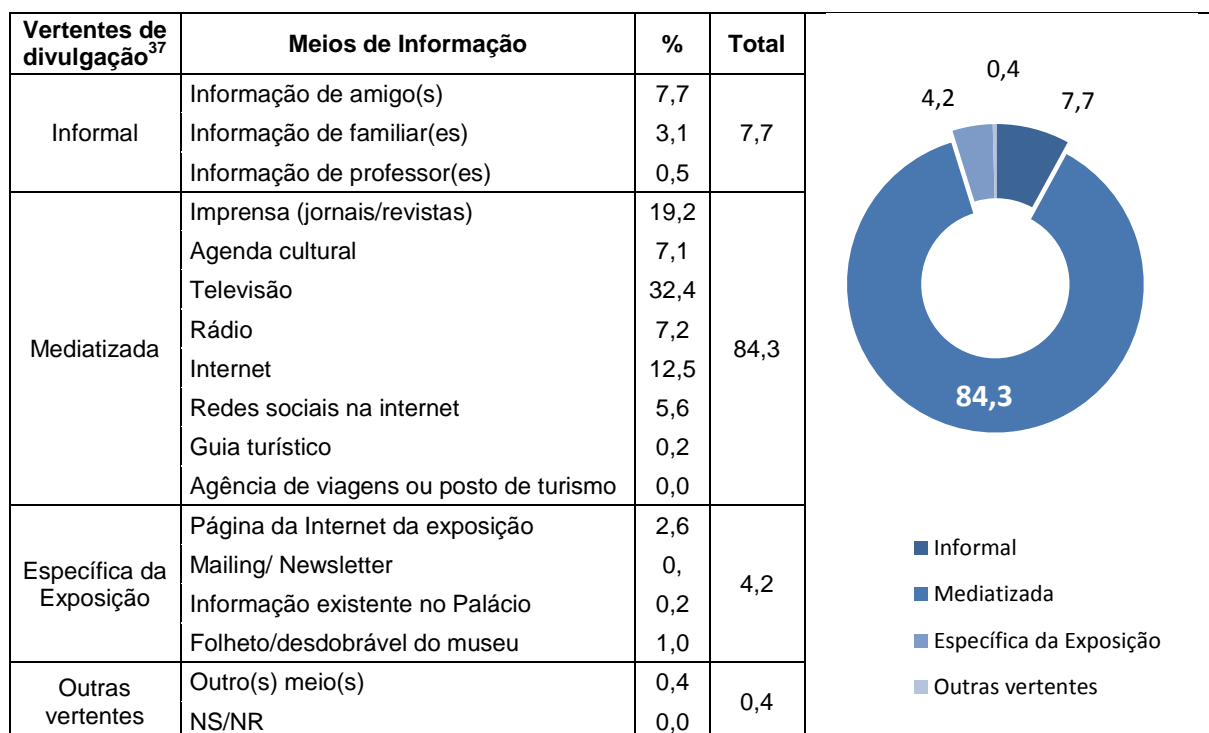
**GRÁFICO III.4.1.1 – Meios de conhecimento da Exposição**



(percentagem, por ordem decrescente) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434)  
Nota: Os dados resultam de uma pergunta de resposta múltipla.

**QUADRO III.4.1.1 – Vertentes e meios de informação sobre a Exposição**

**GRÁFICO III.4.1.2 – Vertentes de divulgação**



(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434);  
 Nota: Os dados resultam de uma pergunta de resposta múltipla.

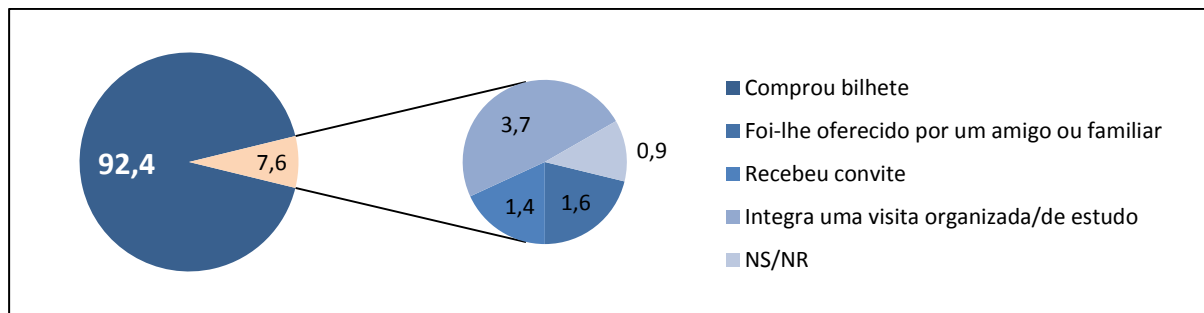
Passando à caracterização dos *Modos de ingresso* (gráfico III.4.1.3), a maior parte dos inquiridos (92,4%) comprou bilhete para visitar a exposição na Ajuda. Sobre o preço, alguns inquiridos declararam, nas questões que permitiam complementar a resposta com um comentário, que:

[A exposição] Revelou-se muito original, mas ainda assim, cara! Representa muito bem Portugal, mas devia ser mais barata! (Arquiteto, 26 anos)

A exposição não apresenta obras para além das que os *media* publicitam, logo, não vale a pena o preço.– (Estudante, 19 anos)

A restante percentagem, muito distanciada da referida, corresponde aos convites, oferta ou visitas organizadas e de estudo (não incluídos nos destinatários da amostra).

**GRÁFICO III.4.1.3 – Modos de ingresso**



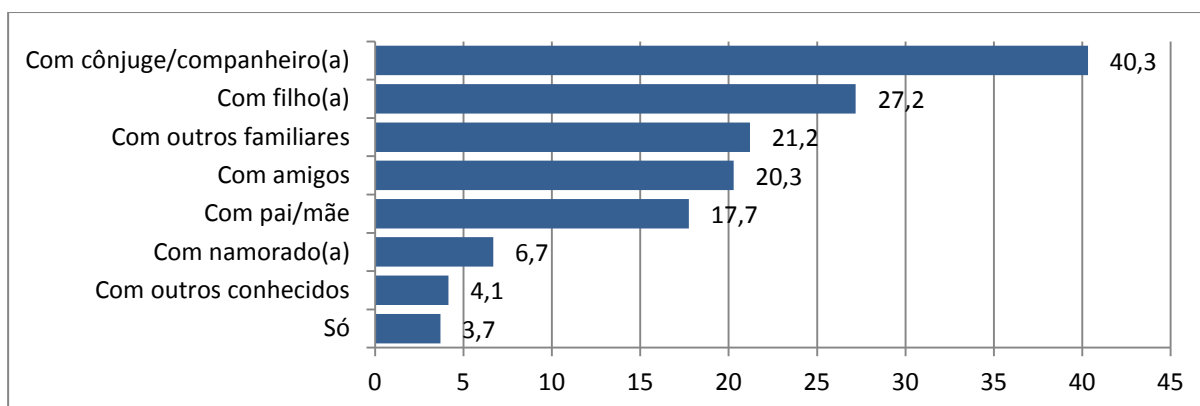
(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434).

<sup>37</sup> Vertentes de divulgação e meios de informação segundo a distinção de Santos, 2002: 118-119.

### III.4.2 Contexto temporal e social

No que concerne aos *Modalidade de acompanhamento*, constata-se que a maior parte dos inquiridos (97,4%) visitou a exposição na companhia de outrém, sobretudo do cônjuge/companheiro(a), tendo assinalado esta opção 40,3% dos visitantes. Verifica-se que os grupos eram sobretudo familiares (além do cônjuge/companheiro(a), o(a) namorado(a), pai/mãe, filho(a) ou outros), sendo inferior o número daqueles que se fizeram acompanhar por amigos ou conhecidos (gráfico III.4.2.1). No que respeita à *Dimensão dos grupos*, dos que responderam não ter vindo sós mais de metade (51,7%) fez a visita na companhia de 2 a 3 pessoas, enquanto quase um terço (32,1%) o fez na companhia de 1 pessoa. Mais residual, ainda que com alguma expressão, são os que se fizeram acompanhar de 4 ou mais pessoas (11,7%). O número os visitantes ‘solitários’ é muito menor, totalizando apenas 16 inquiridos. Destes, cerca de um terço (5) eram do sexo masculino, mostrando a predominância feminina nessa condição. O evento chamou a si um público familiar constituído maioritariamente por grupos (de 3 a 5 pessoas) (gráfico III.4.2.2), que afluíram sobretudo ao fim de semana, enquanto que durante a semana o número de visitantes sós ou acompanhados de amigos e/ou conhecidos foi maior (gráficos III.4.2.3 e III.4.2.4).

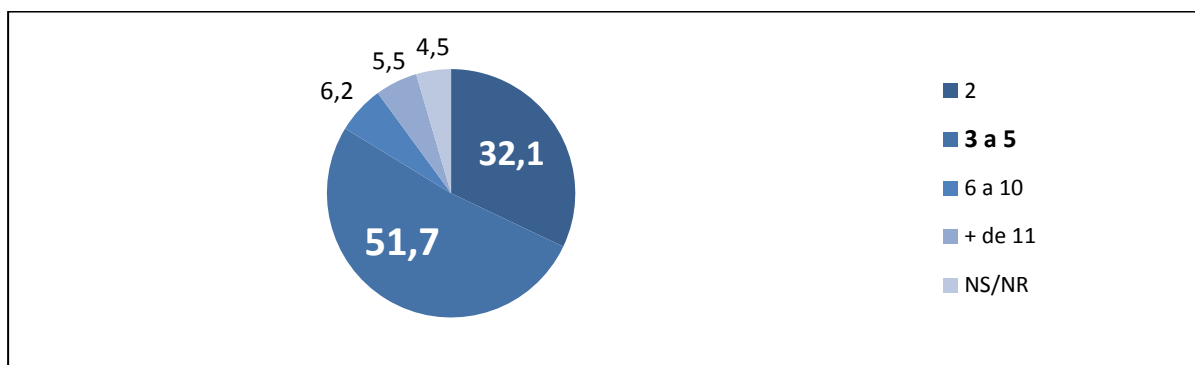
**GRÁFICO III.4.2.1** – Modalidade de acompanhamento dos visitantes



(porcentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434)

Nota: Os dados resultam de uma pergunta de resposta múltipla

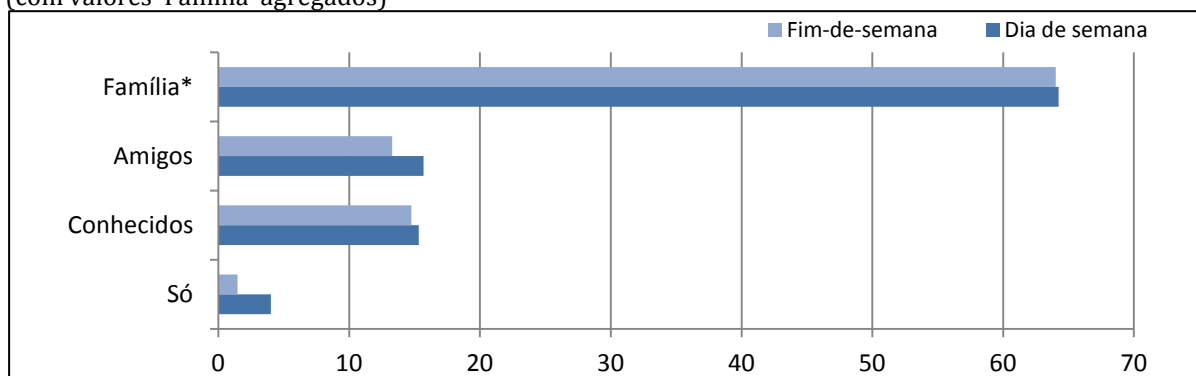
**GRÁFICO III.4.2.2** – Dimensão do grupo



(porcentagem) fonte: inquérito aos visitantes da exposição de jv no pna. (n=418)



**GRÁFICO III.4.2.3** – Modalidade de acompanhamento dos visitantes por momento da semana (com valores 'Família' agregados)



(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434)

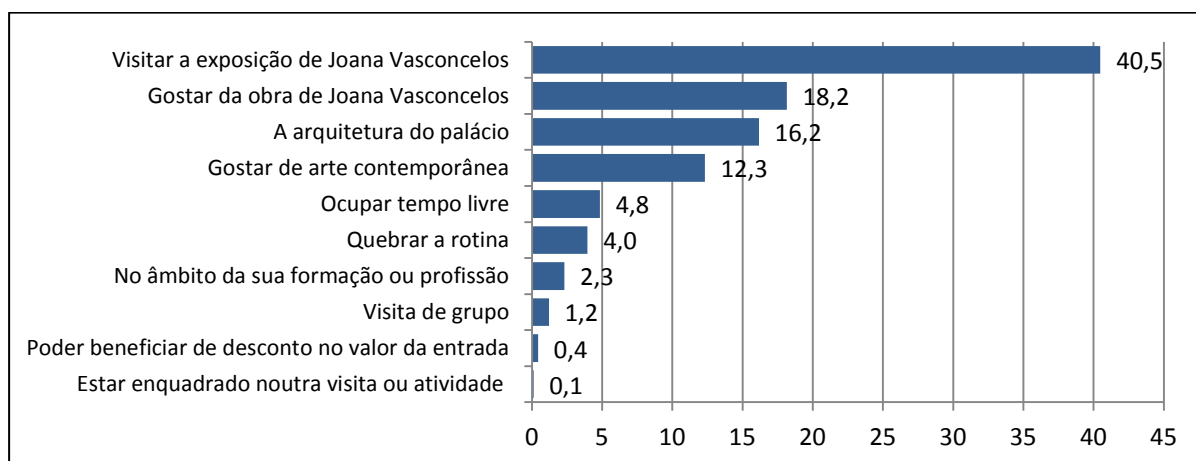
\*Família inclui namorados, cônjuges, pais, filhos e outros familiares.

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

### III.4.3 Motivações e expetativas

No que concerne às *Motivações de visita*, o principal motivo apontado pelos inquiridos foi visitar a exposição de JV no PNA (40,5%) (gráfico III.4.3.1). Gostar da obra de Joana Vasconcelos, da arquitetura do Palácio e/ou de arte contemporânea também têm algum peso, tendo sido referidos por 18,2, 16,2% e 12,3%, respetivamente. Embora menos expressivos, ocupar o tempo livre ou quebrar a rotina representam 8,8% das opções.

**GRÁFICO III.4.3.1** – Principais motivos da visita



(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434)

Nota: Os dados resultam de uma pergunta de resposta múltipla

No final, a maior parte (85,9%) *avaliou as condições da visita* positivamente, sendo que o espaço, a arquitetura, o horário, a apresentação e a organização foram os aspetos com grau de satisfação elevado ou muito elevado, também por mais de 85% dos visitantes. Também expressivo, pela positiva, foi o acolhimento por parte do pessoal do Palácio (com 78,6%). Entre os aspetos que menos satisfizeram contam-se as informações e explicações sobre as obras expostas e o conforto e

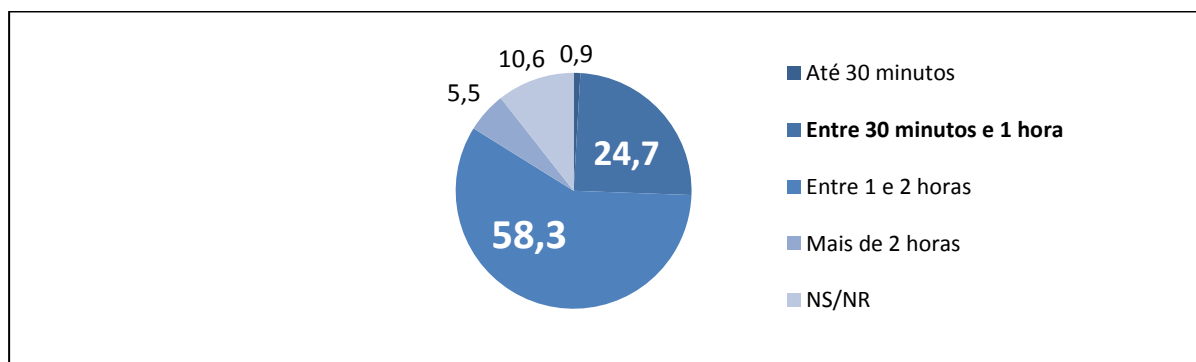
serviços oferecidos aos visitantes, com cerca de 30% destes a classificarem-nos como baixo ou muito baixo nível de satisfação. Há que dar conta que, à exceção de uma máquina de venda automática de *snacks* e bebidas<sup>38</sup>, o Palácio não dispõe de cafetaria nem de espaços confortáveis para descanso antes ou após a visita. Em relação à informação sobre as obras, verificou-se que todas continham informação disponível (mas não explicações tão detalhadas, quanto alguns visitantes gostariam<sup>39</sup>), o que pode explicar estas avaliações. Quanto ao jardim, há que referir que não havia acesso ao Jardim das Damas, pelo que a avaliação o pode espelhar, apesar de algumas respostas terem sido dadas positivamente sobre este aspeto. A visita guiada foi o aspeto menos avaliado porque não se aplicava à maior parte dos inquiridos.

### III.5 Características da visita

#### III.5.1 O decorrer da visita: tempo

Quanto à *Duração da visita*, mais de metade dos inquiridos (58,3%) demorou entre uma a duas horas a realizá-la (gráfico III.5.1.1), enquanto quase um quarto (24,7%) o fez entre 30 minutos e uma hora em menos de meia hora. A visita demorou mais de duas horas para 5,5%, sendo ainda mais residual o número daqueles que a fizeram em menos de meia hora (apenas 4 inquiridos, ou seja, 0,9%).

GRÁFICO III.5.1.1 – Duração da visita



(percentagem) fonte: inquérito aos visitantes da exposição de jv no pna. (n=434)

#### III.5.2 Avaliações e intenções futuras

Na *Avaliação da visita*, para mais de metade dos inquiridos (53,9%) esta terá correspondido às *expetativas iniciais* e para mais de um terço (35,9%) terão sido superadas. Algumas das razões apontadas por estes foram a originalidade, a espetacularidade, a genialidade das obras, a ousadia e excentricidade. Para alguns o Palácio revelou-se um espaço belo e agradável (um operacional (m), 25 anos e uma técnica superior, 37 anos) e a exposição suscitou emoções, como a seguinte:

<sup>38</sup> Em alguns dias de muito calor (sobretudo nos últimos meses da Exposição) a água chegou a esgotar nestas máquinas, originando o desagrado de alguns visitantes.

<sup>39</sup> De acordo com os comentários recolhidos e anotados pela observação e conversa informal.

Senti-me emocionada perante algumas peças, principalmente *Marylin* e *Lilicóptero*, muito melhor ao vivo. (Empregada de balcão, 44 anos)

A exposição da obra de uma artista contemporânea num Monumento Nacional (clássico) suscitou alguns comentários pelos inquiridos cujas expectativas iniciais foram excedidas. Estes indicaram as seguintes razões e comentários para tal:

Por [a obra] se entrosar tão harmoniosamente com aquele contexto específico.

(Assessora de imprensa, 28 anos)

Muito bem conseguida e bem enquadrada nos "temas" de cada sala visitada.

(Desenhador projetista, 39 anos)

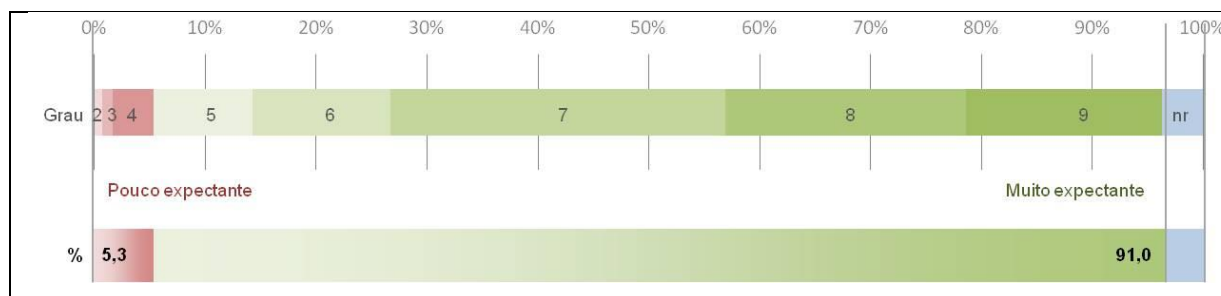
O equacionamento da exposição com o Palácio é execicional. (Engenheiro mecânico, 40 anos)

A articulação com o espaço do Palácio. (Professora, 35 anos)

Exposição grandiosa, bem integrada no âmbito do Palácio. (Entrevistadora, 22 anos)

Considerando o nível de *Expectativa antes da visita*, a maior parte dos inquiridos mostrou-se muito expectante (a avaliação superior a 7 representa 69,6%) (gráfico III.5.2.1). Relativamente expectante (ou seja, avaliando a expectativa entre 5 e 6) registaram-se 21,4%, sendo menos expressiva a avaliação pouco expectante (de 0 a 3), que representa 5,3% das respostas.

**GRÁFICO III.5.2.1** – Grau de expectativa antes da visita



(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434)

Nota: A escala varia de 0 (pouco expectante) a 9 (muito expectante).

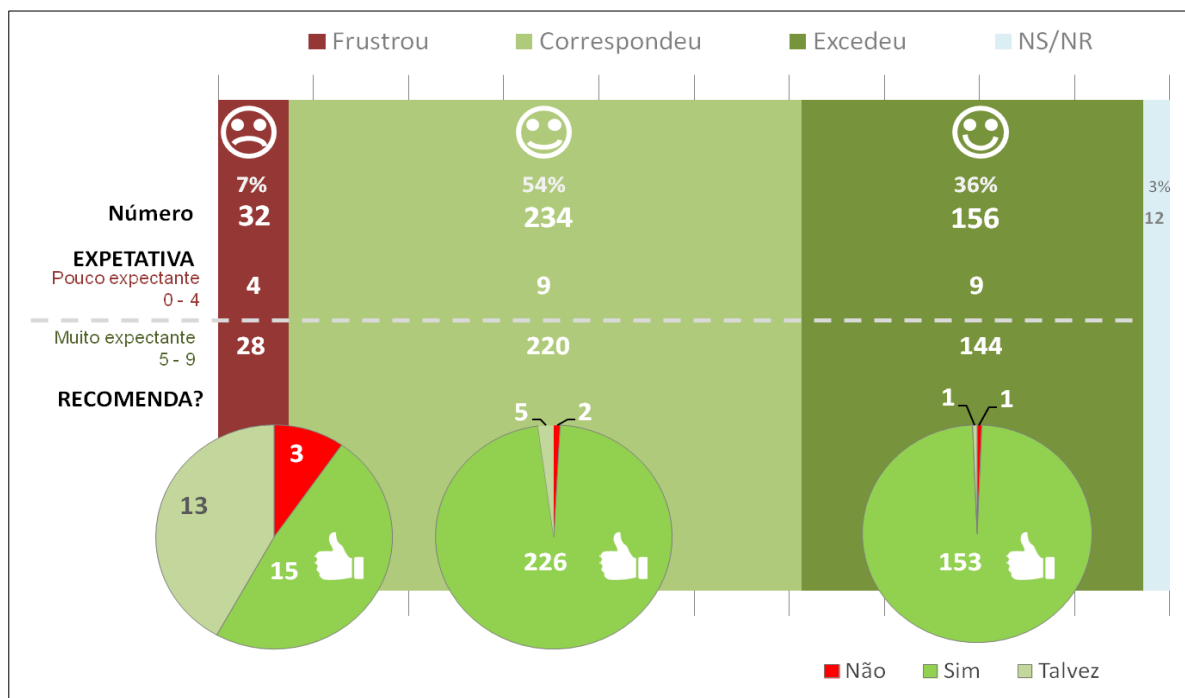
A maior parte (91,2%) recomendaria a exposição a amigos ou familiares. Na relação da *Avaliação da visita com a recomendação*, é interessante notar que mesmo aqueles a quem a exposição frustrou, a recomendaria (apenas 0,7% destes o não faria) (quadro III.5.2.1).

**QUADRO III.5.2.1** – Relação da Avaliação da visita com a Recomendação

		Recomenda a exposição				Total
		Não	Sim	Talvez	NS/NR	
Avaliação da visita	Excedeu às expectativas iniciais	0,2	35,3	0,2	0,2	35,9
	Correspondeu às expectativas iniciais	0,5	52,1	1,2	0,2	53,9
	Frustrou as expectativas iniciais	0,7	3,5	3,0	0,2	7,4
	NS/NR	0,0	0,5	0,0	2,3	2,8
<b>Total</b>		<b>1,4</b>	<b>91,2</b>	<b>4,4</b>	<b>3,0</b>	<b>100,0</b>

(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434)

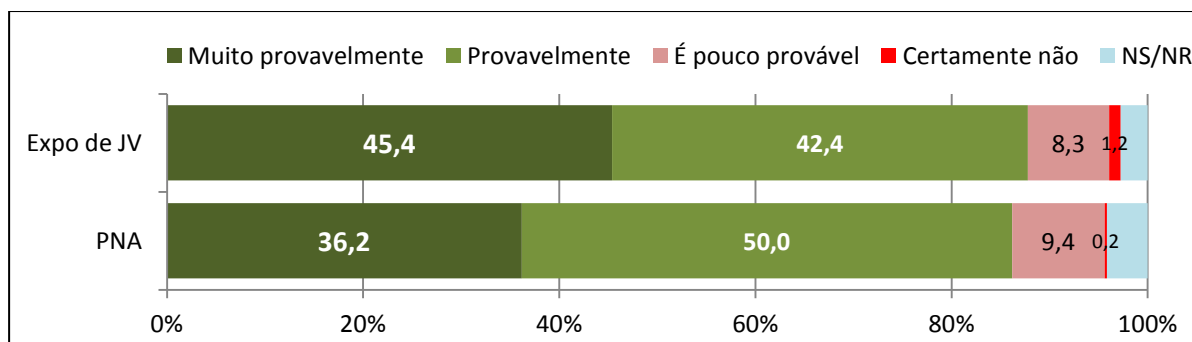
**GRÁFICO III.5.2.2** – Relação da Avaliação da visita com a Recomendação e a Expetativa inicial



(número) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434)

Sobre a *Intenção de voltar a visitar*, metade dos inquiridos afirma que provavelmente voltará a visitar o Palácio e 42,4% uma exposição de Joana Vasconcelos (gráfico III.5.2.3). Há uma maior probabilidade intenção (discursiva) de uma visita a uma exposição da artista: 45,4%, contra 36,2%, relativamente àquele Monumento. As percentagens relativas aos visitantes que provavelmente não o fará, em qualquer dos casos, é de 9,4% para o Palácio e de 8,3% para uma exposição de Joana Vasconcelos, enquanto que a certeza de não o voltar a fazer é residual (0,2% e 1,2%, respetivamente).

**GRÁFICO III.5.2.3** – Intenção de voltar a visitar o Palácio ou uma exposição da artista



(percentagem) Fonte: Inquérito aos visitantes da exposição de JV no PNA. (n=434)

Legenda: PNA=Palácio Nacional da Ajuda; Expo de JV=Exposição de Joana Vasconcelos.

## CONCLUSÃO

A dissertação que se apresentou teve à partida o objetivo principal de identificar o tipo de públicos da exposição *Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda*, conhecer o seu perfil social, as suas práticas culturais, a sua relação com as instituições culturais, as suas motivações, apreciações, avaliações, representações e contributos. A exposição de arte contemporânea, de uma artista plástica portuguesa, num monumento, também nacional, serviu de objeto para um estudo que se baseou nos resultados de um inquérito por questionário aplicado aos seus visitantes. A sua escolha pareceu, à partida, óbvia e pertinente: pelo sucesso comprovado pelos números da afluência e por ser uma oportunidade única para um estudo deste tipo.

De acordo com os resultados apresentados, pode concluir-se, de uma forma geral, que o público desta exposição é constituído, maioritariamente, por pessoas do sexo feminino, casadas, na faixa etária dos 35 aos 44 anos e residentes na Grande Lisboa. Com um nível de escolaridade superior (pós-secundário), é um público profissionalmente ativo, é especialista das atividades intelectuais e científicas e é constituído por profissionais técnicos e de enquadramento, sobretudo professores. Estes dados comprovam alguns estudos de públicos referidos anteriormente (no ponto 1.2.3), nomeadamente o dos museus municipais de Cascais e da exposição *Michel Giacometti...*, o do Museu Nacional de Arte Contemporânea, o da Casa das Histórias ou o do Ministerio de Cultura de Espanha. Embora o da Casa das Artes e o do Porto 2001 tenham verificado uma grande juvenialidade – que no caso da exposição de Joana Vasconcelos não é tão grande (32,7% do público tinha até 34 anos) -, é comum a todos a elevada qualificação escolar e profissional, comprovando que o consumo cultural ainda não é extensivo a todas as classes sociais, como verificou Maria Benedita Portugal e Melo (1998) e, antes dela, Bourdieu, por exemplo. Comprova também a forte relação entre a frequência da visita a museus e o nível de estudos dos visitantes, conforme o estudo levado a cabo nos anos 60 por Bourdieu e Darbel (1962) e que se vem aceitando como um dos principais paradigmas (LPPM, 2010: 235).

Não espanta, por isso, que a relação deste público com a arte e o património seja composta por um elevado conhecimento e ocasional/regular frequência de monumentos nacionais e de locais de exposição de arte contemporânea. A maioria até então nunca tinha visitado uma exposição de Joana Vasconcelos ou mesmo o Palácio Nacional da Ajuda, considerando-se, por isso, um público *estreadante* cumulativamente. Os dados revelam que os públicos *ocasional* e *frequente* desse monumento eram em maior número (mais do dobro) do que aquele de exposições da artista.

Os visitantes da exposição em análise podem considerar-se um público cultivado, que regularmente lê jornais, revistas e livros, vê filmes e que menos frequentemente (muitas vezes raramente ou mesmo nunca) joga jogos eletrónicos ou de outro tipo.<sup>40</sup> Vai com frequência ao cinema, visita monumentos, vai a museus e a exposições, mas não tanto a bibliotecas, ao teatro, a espetáculos de dança, a concertos de música clássica ou popular. Quase diariamente vê televisão, ouve música e

---

<sup>40</sup> Respostas relativas ao período de 12 meses anteriores à data de resposta ao inquérito.

rádio, e usa a internet, meios de informação que foram a principal forma de conhecimento da exposição.

É um público que investe em cultura, já que, pelos dados, a maior parte (acima dos 90%) adquiriu bilhete para esta exposição, apesar de não ser considerado muito barato. Não é um público cultural solitário, pois maioritariamente foi acompanhado por outra pessoa, em muitos casos com mais duas ou três. Efetuou a visita sobretudo pela própria exposição, tendo-se demorado nela entre uma e duas horas. Fez, no final, uma avaliação com satisfação elevada, tendo correspondido ou superado as expectativas iniciais, que eram já em muitos casos altas. Por isso a recomendaria a outras pessoas. No entanto, é um público que revela uma maior probabilidade de voltar a visitar uma exposição de Joana do que o Palácio da Ajuda.

Apesar do forte elitismo cultural e escolar, esta exposição foi um esforço meritório por parte da organização, quer do principal promotor, quer dos responsáveis pelo monumento que a acolheu, conseguindo a amplificação e a diversificação do público, quer da cena artística contemporânea, quer dos monumentos nacionais, museus ou, particularmente neste caso, dos palácios nacionais (e não apenas estes). Se a exposição terá criado ou contribuído para um aumento do público de arte contemporânea, e não apenas de Joana Vasconcelos, não se pode saber pelo estudo apresentado, já que foi pontual no tempo. Nem era o seu objetivo. Ainda assim, deixa pistas e dados suficientes para que no futuro se possa comparar com aqueles de um estudo, qualitativo, que eventualmente se venha a fazer, entrevistando-se alguns dos visitantes da exposição que mostraram interesse em participar<sup>41</sup>.

No entanto, não se pode ignorar esse elitismo que “origina una situación discriminatoria que requiere ser corregida y que demanda de manera acuciante implementar políticas pro-activas que faciliten el acceso de todos los ciudadanos a los museos” (LPPM, 2010: 235). A questão sobre a inclusão social nos espaços culturais tem sido discutida desde o início do século XXI em diversas conferências e simpósios, com vista à implementação de medidas políticas “dirigidas a potenciar la ampliación de los públicos visitantes e impulsar la participación ciudadana en el marco de una nueva definición del papel de los museos en la sociedad (Loran y Gili, 2005)” (*idem*).

Nesse sentido, os dados apresentados podem sugerir a responsáveis por equipamentos e espaços culturais – nomeadamente diretores e programadores – formas de dinamização cultural desses locais, como por exemplo uma exposição de arte contemporânea. Sugere igualmente a órgãos do poder político nacional e empresários, sobre a utilização da arte, nomeadamente a contemporânea na dinamização e promoção dos seus espaços ou produtos, assim como mostrar outras (novas) formas de promover Portugal – sejam as suas tradições ou novas linguagens artísticas – no mundo, fomentando outros setores económicos como o turismo nacional.

---

<sup>41</sup> Cerca de centena e meia deixou nome e contacto, nesse sentido, para uma possível avaliação posterior.

## BIBLIOGRAFIA CITADA

- AA, VV (2004), *Públicos da Cultura*, Lisboa, Observatório das Actividades Culturais.
- Appadurai, Arjun (2004), *Dimensões culturais da globalização: A modernidade sem peias*, Lisboa, Teorema.
- Berros, Jesús Bermejo (2007), "Teoría del Hexágono de Apelaciones Publicitarias y de Necesidades Emergentes" (P. U. Madrid, Ed.) *Pensar la Publicidad vol.1 num. 1*, pp. 99-130.
- Bourdieu, Pierre e A. Darbel (1962), *L'amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public*, Paris Les Editions de Minuit.
- Bourdieu, Pierre (1996), *Sobre a Televisão*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor.
- Bourdieu, Pierre (2003), *Questões de Sociologia*, Lisboa, Fim de século.
- Cardoso, Gustavo et al (2012), *A Internet em Portugal 2012 - A Sociedade em Rede*, Lisboa, OberCom, Obtido da página em linha da OberCom, em < <http://www.obercom.pt/client/?newsId=548&fileName=sociedadeRede2012.pdf> >.
- Cardoso, Gustavo e Rita Espanha (Eds.), (2006), *Comunicação e Jornalismo na Era da Informação*, Porto, Campo das Letras.
- Carvalho, Carla Raquel Antunes de (2010), *Casa das Histórias Paula Rego - Estratégias comunicacionais e suas implicações nos visitantes*, Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, Lisboa, ISCTE.
- Cassou, Jean. (1948). "Situação da arte contemporânea". In A. VV, *Debate Sobre a Arte Contemporânea* (pp. 11-28), Lisboa, Publicações Europa-América.
- Conde, Idalina (1992), *Percepção Estética e Públicos da Cultura*, Lisboa, ACARTE / Fundação Calouste Gulbenkian.
- Conde, Idalina (2003), *Making distinctions: conditions for women working in serious music and in (new) media arts in Portugal*. Bona, ARCAultMedia, pp. 255-323, Obtido em 7 de junho de 2013, da página em linha de Bona, ARCAultMedia, em < [http://www.oac.pt/pdfs/CultureGates\\_Portugal.pdf](http://www.oac.pt/pdfs/CultureGates_Portugal.pdf) >
- Conde, Idalina (2009), *Arte e Poder*, Obtido em 6 de junho de 2013, da página em linha de CIES e-Working Papers, n.º 6 em < [http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP62\\_Conde.pdf](http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP62_Conde.pdf) >
- Conde, Idalina (2011), *Individuals, biography and cultural spaces: new figurations*, Obtido em 7 de junho de 2013, de CIES e-Working-Papers, No. 119 : [http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP119\\_Conde.pdf](http://www.cies.iscte.pt/destaques/documents/CIES-WP119_Conde.pdf)
- Conde, Idalina (2013), *Reconhecimento em arte: passagens de um percurso (2ª parte)*, Obtido em 11 de junho de 2013, da página em linha de CIES e-Working Papers, n.º 148 em < [http://www.cies.iscte.pt/np4/?newsId=453&fileName=CIES\\_WP146\\_Conde.pdf](http://www.cies.iscte.pt/np4/?newsId=453&fileName=CIES_WP146_Conde.pdf) >
- Curvelo, Rita (2009), *Marketing das Artes em Directo*, Lisboa, Quimera.
- Esquenazi, Jean-Pierre (2006), *Sociologia dos públicos*, Porto, Porto Editora.
- Ferrari, Silvia (2008 [2001]), *Guia de História da Arte Contemporânea*, Lisboa, Editorial Presença.
- Fonseca, Rui Pedro (2007), "A arte como discurso - a identidade como mercadoria". *Sociologia, Problemas e Práticas*, n.º 53, pp. 117-133.
- Giddens, Anthony (2004 [1989]), *Sociologia*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.

- Godinho, Isabel da Silveira (Dir. e coord.), (2011), *Palácio Nacional da Ajuda*, London, Scala Publishers e IMC.
- Gomes, Rui Telmo e Teresa Duarte Martinho (2009), *GOMES, Rui Telmo e Teresa Duarte MARTINHO Trabalho e Qualificação nas Actividades Culturais*, Lisboa, OAC - Observatório das Actividades Culturais.
- Gonçalves, Carla Alexandra (2010), *Para uma introdução à Sociologia da Arte*, s.l, Bubok Publishing.
- Hall, Stuart (2006 [1992]), *A identidade cultural na pós-modernidade*, Rio de Janeiro, DP&A Editora.
- Hauser, Arnold (1974), *A arte e a sociedade*, Lisboa, Editorial Presença.
- INE - Instituto Nacional de Estatística, I.P (2002), *Censos 2001 : resultados definitivos*, Lisboa, INE - Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- INE - Instituto Nacional de Estatística, I.P (2011), *Classificação Portuguesa das Profissões 2010*, Lisboa, INE - Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- INE - Instituto Nacional de Estatística, I.P (2012), *Censos 2011 Resultados Definitivos - Portugal*, Lisboa, INE - Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- Laboratorio Permanente de Público de Museos de la Secretaría de Estado de Cultura (LPPM) (2010), *Conociendo a nuestros visitantes. Estudio de público en museos del Ministerio de Cultura*. Obtido em 12 de agosto de 2014, na página em linha do Ministerio de Educación Cultura y Deporte, em < <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/principal/novedades/museos/2011/conociendo-a-nuestros-visitantes.html> >
- Llosa, Mario Vargas (2013), *A Civilização do Espetáculo*, Lisboa, Quetzal Editores.
- Lehalle, Evelyne e outros (1993), *Musées et Visiteurs: un Observatoire Permanent des Publics*, Paris, Direction des Musées de France.
- Lopes, João Teixeira (1996), "Alguns contributos para o (re)pensar da noção de recepção cultural". *Cadernos de Ciências Sociais*, 15-16, pp. 121-131.
- Lopes, João Teixeira (2000), *A Cidade e a Cultura. Um estudo sobre práticas culturais urbanas*, Porto, Afrontamento.
- Lopes, João Teixeira e Bárbara Albéo (2004), "Os públicos da cultura de Santa Maria da Feira - resultados preliminares de uma pesquisa". *V Congresso Português de Sociologia* (pp. 79-93), Braga, Universidade do Minho.
- Lucie-Smith, Edward. (1995). *Art today*, London, Phaidon Press.
- Melo, Alexandre (2002), *Globalização cultural*, Lisboa, Quimera.
- OberCom (s.a.), *Indicadores Anuário da Comunicação 2011-2012*, Lisboa, OberCom. Obtido em 30 de outubro de 2013, na página em linha da OberCom, em < [http://www.obercom.pt/client/?newsId=14&fileName=televisao\\_11\\_12.pdf](http://www.obercom.pt/client/?newsId=14&fileName=televisao_11_12.pdf) >
- Pereira, Francisco Costa, e Jorge Veríssimo (coord.), (2004), *Publicidade: o Estado da arte em Portugal*, Lisboa, Edições Sílabo.
- Portugal e Melo, Maria Benedita (1998), "No temp(l)o da arte - um estudo sobre práticas culturais". *Sociologia - Problemas e Práticas*, n.º28, pp. 149-166.
- Santos, Helena (2008), "Públicos Culturais: Algumas notas com museus em fundo". *Museologia.pt*, ano II, n.º2, pp. 77-89.
- Santos, Jorge Alves e José Soares Neves (2005), *Os museus municipais de Cascais*, Lisboa, OAC.
- Santos, Maria de Lourdes Lima dos (Coord.), (2002), *Públicos do Porto 2001*, Lisboa, Observatório das Actividades Culturais.



Simplício, Susana (2010), *Públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado*, Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, Lisboa, ISCTE.

Vaus, David de (2001), *Research design in social research*, Queensland, Sage.

Viollet, Marion (2012), *Les comportements du spectateur comme enjeux de l'art contemporain* (U. d. Toulouse, Ed.), Dissertação de doutoramento em Artes Plásticas, Toulouse, Université de Toulouse. Obtido em dezembro de 2013, da página em linha de Tel - Serveur de thèses multidisciplinaire em < <http://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00656759> >

## WEBGRAFIACONSULTADA/ CITADA

Artwear. Merchandising de JV. Em < <http://www.artwear.com.pt> >. Consulta: 11-06-2013.

Diário Digital - Lusa. «Portugalidade» de Joana Vasconcelos garante recorde. 26-08-2013. Em < [http://diariodigital.sapo.pt/news.asp?id\\_news=652648#.UhspRpw2xUI.email](http://diariodigital.sapo.pt/news.asp?id_news=652648#.UhspRpw2xUI.email) >. Consulta: 25-09-2013.

Dinheiro Vivo. Informação sobre JV. Em < <http://www.dinheirovivo.pt/Faz/Artigo/CIECO063273.html> >. Consulta: 11-06-2013.

DN Artes – Lusa e Paula Mourato. *Artista plástica Joana Vasconcelos cria uma fundação*. 02-10-2013. Em < [http://www.dn.pt/inicio/artes/interior.aspx?content\\_id=3454210](http://www.dn.pt/inicio/artes/interior.aspx?content_id=3454210) >. Consulta: 21-10-2013.

Douro Azul. Informação sobre a visita e cruzeiro no Trafaria Praia, de JV. Em < <http://www.douroazul.com/Default.aspx?ID=1621> >. Consulta: 23-07-2014.

Exposição *Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda*. Página em linha da exposição. Em < <http://www.joanavasconcelos-pnajuda.pt/> >. Consulta: 20-08-2013.

Fnac. Merchandising de JV. Em < <http://www.fnac.pt/merchandising/Joana-Vasconcelos> >. Consulta: 11-06-2013.

Instituto de História de Arte. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Documentação de Exposições de Arte Contemporânea - Fontes para a (re)-construção da História da Arte. 21-10-2013. Em < <http://institutedehistoriadaarte.wordpress.com/2013/10/21/documentacao-de-exposicoes-de-arte-contemporanea/> >. Consulta: 21-10-2013.

Joana Vasconcelos. Biografia. Página em linha de Joana Vasconcelos. Em < <http://www.joanavasconcelos.com/biografia.aspx> > Consulta: 20-08-2013.

Loja Público. Merchandising de JV. Em < <http://loja.publico.pt/categories.php?category=Merchandising-Joana-Vasconcelos> >. Consulta: 11-06-2013.

Palácio Nacional da Ajuda. Informação sobre o monumento e coleções. Página em linha do PNA. Em < <http://www.palacioajuda.pt> >. Consulta: 15-10-2013.

Património Cultural – DGPC. Palácio Nacional da Ajuda, designação e classificação. Em

< <http://www.patrimoniocultural.pt/pt/patrimonio/patrimonio-imovel/pesquisa-do-patrimonio/classificado-ou-em-vias-de-classificacao/geral/view/70252> >. Consulta: 07/08/2014.

Público Cultura – Joana Amaral Cardoso. *Joana Vasconcelos foi à Ajuda fazer a exposição individual mais vista de sempre em Portugal*. 13-08-2013. Em

< <http://www.publico.pt/cultura/noticia/joana-vasconcelos-foi-a-ajuda-fazer-a-exposicao-individual-mais-vista-de-sempre-em-portugal-1602980#/0> >. Consulta: 25-09-2013.

Ticketline – Sapo. Informação sobre venda de bilhetes para a exposição JV no PNA. Em

< <http://ticketline.sapo.pt/evento/6313> >. Consulta: 23-09-2013.

Toyota – Urban Art. Modelo de carro desenhado por JV. Em

< <http://www.toyota.pt/about/iq-urban-art/5-iq-urban-art.tmex> >. Consulta: 11-06-2013.

RTP – Raquel Ramalho Lopes. *Exposição de Joana Vasconcelos no Palácio da Ajuda encerra hoje*. 25-08-2013. Notícia /vídeo. Em

< <http://www.rtp.pt/noticias/index.php?article=675873&tm=4&layout=122&visual=61> >. Consulta: 30-10-2013.

## LEGISLAÇÃO

Decreto-Lei n.º 115/2012 de 25 de maio - em Diário da República, 1.ª série — N.º 102 — 25 de maio de 2012), n.º 2 do artigo 8º e anexo II alínea h – sobre a afetação de património à DGPC. Em <http://www.imc-ip.pt/pt-PT/recursos/legislacao/ContentDetail.aspx>. Consulta: 15-10-2013.

- Este trabalho foi escrito seguindo as normas do novo acordo ortográfico, exceto nas transcrições, em que se manteve a grafia original. •

## **ANEXOS**



**ANEXO A: Modelo de Análise**

Dimensões e sub-dimensões		Indicadores	Questão 42	
i) CARATERIZAÇÃO SOCIOGRÁFICA	História pessoal	Perfil socio-demográfico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sexo</li> <li>• Idade</li> <li>• Nacionalidade</li> <li>• Residência</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 22</li> <li>• 23</li> <li>• 24</li> <li>• 25</li> </ul>
		Vida familiar	• Estado civil	• 26
		Escola	• Grau de escolaridade	• 27
		Vida profissional	• Profissão	• 28
			• Condição perante o trabalho	• 29
ii) RELAÇÃO COM AS ARTES E O PATRIMÓNIO (cultura e lazer), O PNA E A OBRA DE JV	Práticas culturais e de lazer	Visita a Palácios e Monumentos	• 17	
		Visita a locais de exposições de arte contemporânea	• 19	
		Visita a exposições de JV	• 18	
		Práticas culturais e de lazer: de saída	• 20	
		Práticas culturais e de lazer: domésticas	• 21	
Relação prévia com o PNA	• Conhecimento prévio da existência do PNA - Visitas anteriores	• 1-2		
Relação prévia com JV	• Conhecimento prévio da existência da artista e do seu tipo de arte - Visitas anteriores a exposições da artista	• 3-4		
iii) CONTEXTO DA VISITA	Oferta museológica	Exposições, temáticas, abordagens, designações	• [.]	
		Atividades de divulgação e informação científica promovidas	• [.]	
	Contexto físico	Elementos organizadores e orientadores/facilitadores	• Notoriedade e meios de conhecimento sobre a exposição	• 10
		• Modo de ingresso	• 9	
	Contexto expositivo	Discurso	• Espaço e sua organização	• [.]
		Contexto temporal e social	• Data/dia da semana	• [.]
	Motivações, expectativas e intenções		• Afluência de visitantes	• [.]
• Modalidade de acompanhamento			• 5-6	
• Motivações, razões da visita, sentido atribuído à visita			• 8	
• Expectativas			• 12	
iv)	O decorrer da visita	Tempo	• Duração da visita	• 7
		Avaliações e Avaliação da	• Satisfação com a visita em geral /	• 11

<sup>42</sup> Remete para o número da respetiva questão, no inquérito.

[.] Dados observados e registados durante a aplicação.

CARACTERÍSTICAS DA VISITA	intenções futuras	visita e do conteúdo expositivo	motivos de satisfação e de insatisfação	• 13
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contentamento face às expetativas iniciais</li> <li>• Avaliação de outros aspectos, como o espaço, a organização, o funcionamento</li> </ul>	• 11
		Intenções futuras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recomendação</li> <li>• Intenção de voltar a visitar o PNA</li> <li>• Intenção de voltar a visitar uma exposição de JV futuramente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 14</li> <li>• 15</li> <li>• 16</li> </ul>

## ANEXO B: Questionário de aplicação na Exposição

### INQUÉRITO AOS VISITANTES DA EXPOSIÇÃO DE JOANA VASCONCELOS, NO PALÁCIO NACIONAL DA AJUDA

[ A PREENCHER PELO ENTREVISTADOR ] Questionário nº    Data   /   / 2013

Este inquérito insere-se no âmbito de uma dissertação de mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, do ISCTE-IUL (Instituto Universitário de Lisboa).

As respostas são anónimas e o seu preenchimento ocupará cerca de 10 minutos.

Depois de preenchido, por favor entregue o questionário ao entrevistador. Agradecemos desde já a sua disponibilidade.

Para responder a cada questão, coloque um 'X' na caixa correspondente à opção correta, ou escreva a sua resposta, quando solicitado, conforme o exemplo:

5. De uma forma geral, gosta da obra da artista Joana Vasconcelos?
- 1 Sim.  
 2 Não.  
 Porque? Por causa das cores.

1. Já alguma vez tinha visitado este Palácio? (excluindo a visita atual)

- 1 Sim  
 2 Não [passar à p.3]  
 99 Não sabe/Não responde

2. Se sim, quantas?

3. Já alguma vez tinha visitado uma exposição de Joana Vasconcelos? (excluindo a visita atual)

- 1 Sim  
 2 Não [passar à p.5]  
 99 Não sabe/Não responde

4. Se sim, quantas?

5. Com quem veio visitar a exposição de Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda?

(pode assinalar mais que uma opção)

- 1 Só [passar à p.7]  
 2 Com cônjuge/companheiro(a)  
 3 Com namorado(a)  
 4 Com filho(s)  
 5 Com pai/mãe  
 6 Com outros familiares  
 7 Com amigos  
 8 Com outros conhecidos, colegas ou vizinhos  
 99 Não sabe/Não responde

6. Se veio acompanhado(a) e contando consigo, quantas pessoas integram o grupo?

- 1 2  
 2 3 a 5  
 3 6 a 10  
 4 + de 11  
 99 Não sabe/Não responde

7. Qual foi a duração da visita?

- 1 Até 30 minutos  
 2 Entre 30 minutos e 1 hora  
 3 Entre 1 e 2 horas  
 4 Mais de 2 horas  
 99 Não sabe/Não responde

8. Quais as principais razões que o/a levaram a realizar esta visita? (pode assinalar mais que uma opção)

- 1 Visitar a exposição de Joana Vasconcelos  
 2 Visita de grupo  
 3 Estar enquadrado noutra visita ou atividade  
 Qual? \_\_\_\_\_  
 4 Gostar de arte contemporânea  
 5 Gostar da obra de Joana Vasconcelos  
 6 A arquitetura do palácio  
 7 Ocupar tempo livre  
 8 Quebrar a rotina  
 9 No âmbito da sua formação ou profissão  
 10 Poder beneficiar de desconto no valor da entrada  
 11 Outra razão.  
 Qual? \_\_\_\_\_  
 99 Não sabe/Não responde

9. Como adquiriu o ingresso para esta exposição?

- 1 Comprou bilhete  
 2 Foi-lhe oferecido por um amigo ou familiar  
 3 Recebeu convite  
 4 Integra uma visita organizada  
 5 Integra uma visita de estudo  
 99 Não sabe/Não responde

Vire a página, por favor ►

Página 1 de 4

**INQUÉRITO AOS VISITANTES DA EXPOSIÇÃO DE JOANA VASCONCELOS, NO PALÁCIO NACIONAL DA AJUDA**

**10.** Através de que meio(s) teve conhecimento desta exposição? (*pode assinalar mais que uma opção*)

- 1 Informação de amigo(s)
- 2 Informação de familiar(es)
- 3 Informação de professor(es)
- 4 Folheto/desdobrável do museu
- 5 Guia turístico
- 6 Agenda cultural
- 7 Agência de viagens ou posto de turismo
- 8 Mailing/ Newsletter
- 9 Imprensa (jornais/revistas)
- 10 Rádio
- 11 Televisão
- 12 Internet
- 13 Página da Internet da exposição de Joana Vasconcelos no Palácio da Ajuda
- 14 Redes sociais na internet (Facebook, p.exº)
- 15 Informação existente no Palácio
- 16 Não sabia da exposição até à hora da visita
- 17 Outro(s) meio(s) \_\_\_\_\_  
Qual(is)? \_\_\_\_\_
- 99 Não sabe/Não responde

**12.** Qual era a sua expectativa, antes de visitar esta exposição, numa escala de 0 a 9?

Pouco expectante  0  1  2  3  4  5  6  7  8  9 Muito expectante

**13.** A exposição que visitou:

- 1 Excedeu as suas expectativas iniciais
- 2 Correspondeu às suas expectativas iniciais
- 3 Frustrou as suas expectativas iniciais
- Porquê? \_\_\_\_\_
- 99 Não sabe/Não responde

**14.** Recomenda esta exposição a amigos ou conhecidos?

- 1 Não
- 2 Sim
- 3 Talvez
- Porquê? \_\_\_\_\_
- 99 Não sabe/Não responde

**15.** Pensa voltar a visitar o Palácio Nacional da Ajuda?

- 1 Muito provavelmente
- 2 Provavelmente
- 3 É pouco provável
- 4 Certamente não
- 99 Não sabe/Não responde

**16.** Pensa voltar a visitar uma exposição de Joana Vasconcelos?

- 1 Muito provavelmente
- 2 Provavelmente
- 3 É pouco provável
- 4 Certamente não
- 99 Não sabe/Não responde

**11.** Na visita, qual o seu grau de satisfação, relativamente as seguintes aspetos:

- |  |               |         |       |             |  |
|--|---------------|---------|-------|-------------|--|
|  | Muito elevado |         |       |             |  |
|  |               | Elevado |       |             |  |
|  |               |         | Baixo |             |  |
|  |               |         |       | Muito baixo |  |
- a) Apresentação e organização da exposição  1  2  3  4
  - b) Informações e explicações sobre as obras expostas  1  2  3  4
  - c) Visita guiada (se aplicável)  1  2  3  4
  - d) Horário do palácio  1  2  3  4
  - e) Espaço/ Arquitetura  1  2  3  4
  - f) Acolhimento por parte do pessoal do palácio  1  2  3  4
  - g) Conforto e serviços oferecidos aos visitantes  1  2  3  4
  - h) O jardim  1  2  3  4
  - i) Ambiente geral da visita  1  2  3  4

Vire a página, por favor ►



INQUÉRITO AOS VISITANTES DA EXPOSIÇÃO DE JOANA VASCONCELOS, NO PALÁCIO NACIONAL DA AJUDA

- 17.** Qual(is) dos seguintes monumentos...
- |    |                            |                    |              |
|----|----------------------------|--------------------|--------------|
|    | Conhece?                   | Conhece e visitou? | Não conhece? |
| a) | Palácio Nacional de Queluz | 1 2 3              | 1 2 3        |
| b) | Palácio Nacional da Pena   | 1 2 3              | 1 2 3        |
| c) | Palácio Nacional de Mafra  | 1 2 3              | 1 2 3        |
| d) | Mosteiro dos Jerónimos     | 1 2 3              | 1 2 3        |
| e) | Torre de Belém             | 1 2 3              | 1 2 3        |
- 18.** Além desta, qual(is) das seguintes exposições da artista...
- |    |   |                    |              |
|----|---|--------------------|--------------|
|    | Conhece?  | Conhece e visitou? | Não conhece? |
| a) | Na Bienal de Veneza (Trafaria-Praia, Pavilhão de Portugal) - 2013                                 | 1 2 3              | 1 2 3        |
| b) | No Palácio de Versalhes (Paris, França) – 2012  | 1 2 3              | 1 2 3        |
| c) | <i>Valquíria Enxoval</i> , FLUL - Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa (Portugal) - 2011 | 1 2 3              | 1 2 3        |
| d) | No CCB - Museu Coleção Berardo - 2010   | 1 2 3              | 1 2 3        |
| e) | <i>A Ilha dos Amores</i> , Museu da Electricidade (Lisboa, Portugal) - 2006                       | 1 2 3              | 1 2 3        |
- 19.** Qual(is) dos seguintes locais de exposição...
- |    |   |                    |              |
|----|---|--------------------|--------------|
|    | Conhece?  | Conhece e visitou? | Não conhece? |
| a) | Museu do Chiado/ Museu Nacional de Arte Contemporânea (Lisboa)      | 1 2 3              | 1 2 3        |
| b) | CAM-Centro de Arte Moderna da Fundação Calouste Gulbenkian (Lisboa) | 1 2 3              | 1 2 3        |
| c) | Museu de Arte Contemporânea da Fundação de Serralves (Porto)        | 1 2 3              | 1 2 3        |
| d) | Galeria Zé dos Bois (ZDB) (Lisboa)                                  | 1 2 3              | 1 2 3        |
- 20.** Ao longo dos últimos 12 meses com que frequência realizou cada uma das seguintes atividades?
- |    |                                   |           |             |              |                       |
|----|-----------------------------------|-----------|-------------|--------------|-----------------------|
|    | Nunca                             | Uma vez   | 2 a 3 vezes | 4 a 11 vezes | 1 vez por mês ou mais |
| a) | Ir ao teatro                      | 1 2 3 4 5 | 1 2 3 4 5   | 1 2 3 4 5    | 1 2 3 4 5             |
| b) | Ir a espetáculos de dança         | 1 2 3 4 5 | 1 2 3 4 5   | 1 2 3 4 5    | 1 2 3 4 5             |
| c) | Ir a exposições                   | 1 2 3 4 5 | 1 2 3 4 5   | 1 2 3 4 5    | 1 2 3 4 5             |
| d) | Ir a bibliotecas                  | 1 2 3 4 5 | 1 2 3 4 5   | 1 2 3 4 5    | 1 2 3 4 5             |
| e) | Ir a museus                       | 1 2 3 4 5 | 1 2 3 4 5   | 1 2 3 4 5    | 1 2 3 4 5             |
| f) | Ir a concertos de música clássica | 1 2 3 4 5 | 1 2 3 4 5   | 1 2 3 4 5    | 1 2 3 4 5             |
| g) | Ir a concertos de música popular  | 1 2 3 4 5 | 1 2 3 4 5   | 1 2 3 4 5    | 1 2 3 4 5             |
| h) | Ir ao cinema                      | 1 2 3 4 5 | 1 2 3 4 5   | 1 2 3 4 5    | 1 2 3 4 5             |
| i) | Visitar monumentos                | 1 2 3 4 5 | 1 2 3 4 5   | 1 2 3 4 5    | 1 2 3 4 5             |
- 21.** Ao longo dos últimos 12 meses com que frequência realizou cada uma das seguintes atividades?
- |    |   |                              |                     |                            |
|----|---|------------------------------|---------------------|----------------------------|
|    | Nunca   | Menos do que uma vez por mês | 1 a 3 vezes por mês | Uma vez por semana ou mais |
| a) | Ver televisão                                   | 1 2 3 4                      | 1 2 3 4             | 1 2 3 4                    |
| b) | Ouvir rádio                                     | 1 2 3 4                      | 1 2 3 4             | 1 2 3 4                    |
| c) | Ouvir música                                    | 1 2 3 4                      | 1 2 3 4             | 1 2 3 4                    |
| d) | Ver filmes                                      | 1 2 3 4                      | 1 2 3 4             | 1 2 3 4                    |
| e) | Ler livros (sem ser de estudo ou profissionais) | 1 2 3 4                      | 1 2 3 4             | 1 2 3 4                    |
| f) | Ler jornais                                     | 1 2 3 4                      | 1 2 3 4             | 1 2 3 4                    |
| g) | Ler revistas                                    | 1 2 3 4                      | 1 2 3 4             | 1 2 3 4                    |
| h) | Jogar jogos eletrónicos                         | 1 2 3 4                      | 1 2 3 4             | 1 2 3 4                    |
| i) | Jogar outros jogos                              | 1 2 3 4                      | 1 2 3 4             | 1 2 3 4                    |
| j) | Usar a Internet                                 | 1 2 3 4                      | 1 2 3 4             | 1 2 3 4                    |

INQUÉRITO AOS VISITANTES DA EXPOSIÇÃO DE JOANA VASCONCELOS, NO PALÁCIO NACIONAL DA AJUDA

DADOS SOCIOGRÁFICOS

22. Sexo

- 1 Masculino  
 2 Feminino

23. Idade: \_\_\_\_\_ anos

24. Nacionalidade

- 1 Portuguesa  
 2 Outra.  
Qual \_\_\_\_\_  
 3 Não sabe/não responde

25. Local de residência habitual

- 1 Concelho de Lisboa  
Freguesia \_\_\_\_\_  
 2 Outro concelho/país  
Qual \_\_\_\_\_  
 99 Não sabe/não responde

26. Estado Civil

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

27. Grau de escolaridade

- 1 Sem grau de escolaridade  
 2 1º ciclo do ensino básico  
 3 2º ciclo do ensino básico  
 4 3º ciclo do ensino básico  
 5 12º ano  
 6 Curso profissional  
 7 Curso superior: licenciatura  
 8 Curso superior: estudos pós graduados (pós-graduação, mestrado, doutoramento)

28. Profissão *(por favor descreva precisamente, evitando expressões como 'função pública' ou 'militar'. Se for reformado, aposentado ou desempregado, indique também a última profissão exercida):*

\_\_\_\_\_

29. Condição perante o trabalho

- 1 Trabalhador por conta própria com pessoal ao serviço  
 2 Trabalhador por conta própria sem pessoal ao serviço  
 3 Trabalhador por conta de outrem  
 4 Estudante  
 5 Reformado  
 6 Desempregado  
 7 Ocupa-se das tarefas do lar  
 8 Outra  
Qual \_\_\_\_\_  
 99 Não sabe/não responde

O questionário terminou.

Depois de devidamente preenchido, por favor entregue-o ao(à) entrevistador(a) à saída.

**Muito obrigado pela sua colaboração e disponibilidade!**

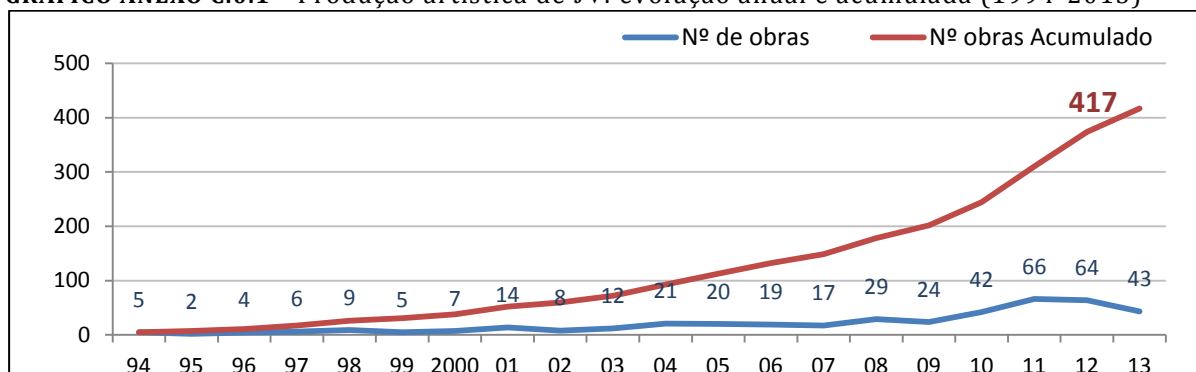
O Estudo inclui uma segunda fase que contempla entrevistas a alguns visitantes da exposição de Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda. Assim, gostaríamos de poder contar com o seu contributo, caso esteja disponível para tal. Em caso afirmativo, indique, por favor, nome e forma preferível de contacto. Mais uma vez se lembra que os dados a recolher são confidenciais. Obrigado.

Nome: \_\_\_\_\_

Contacto: \_\_\_\_\_

### ANEXO C: Produção artística de Joana Vasconcelos

**GRÁFICO ANEXO C.0.1** - Produção artística de JV: evolução anual e acumulada (1994-2013)



Fonte: Elaboração própria, com base na página em linha de Joana Vasconcelos (em [www.joanavasconcelos.com](http://www.joanavasconcelos.com))

**QUADRO ANEXO C.1** - Produção artística de Joana Vasconcelos, por séries

#	SÉRIE	QUANT.	#	SÉRIE	QUANT.
1	BLISTERS	2	25	PAREDES	4
2	MESAS	2	26	CHUVEIROS	5
3	COLCHAS	2	27	CONDUTAS	5
4	VÍDEOS	2	28	URINÓIS	6
5	CADEIRAS	2	29	BORDALOS\LOBOS	6
6	A TODO O VAPOR	2	30	SUPORTES WC	7
7	BORDALOS\BURROS	2	31	CORAÇÕES	7
8	EDIÇÕES\CENTROS DE MESA BORDALO PINHEIRO	2	32	JARDIM DO ÉDEN	7
9	EDIÇÕES\TAPEÇARIAS	2	33	SAPATOS	7
10	LEÕES	2	34	VALQUÍRIAS	8
11	LUSTRES MURANO	2	35	BORDALOS\CAVALOS	8
12	PERRUQUE	2	36	BORDALOS\GATOS	9
13	REFRESCADORES	2	37	TETRIS	10
14	ESCULTURAS EM FERRO FORJADO\GARRAFÕES	3	38	BORDALOS\CARANGUEJOS	11
15	BUNIS	4	39	BORDALOS\TOUROS	11
16	PANTELMINAS	4	40	BORDALOS\COBRAS	12
17	PEGAS	4	41	CAIXAS	13
18	CASTIÇAIS	4	42	LAVATÓRIOS	13
19	BORDALOS\LAGOSTAS	4	43	BORDALOS\SARDÕES	14
20	BORDALOS\VESPAS	4	44	PINTURAS EM CROCHÉ	16
21	CARRINHOS DE CABELEIREIRA	4	45	PINTURAS	18
22	DELÍCIAS	4	46	ESCULTURAS EM CIMENTO	20
23	ESCULTURAS EM FERRO FORJADO\BULES	4	47	BORDALOS\RÃS	23
24	LAVA-LOUÇAS	4	48	CÃES NÃO SERIADAS	25
<b>TOTAL</b>					<b>413</b>

Fonte: Elaboração própria, com base na página em linha de Joana Vasconcelos (Joana Vasconcelos, 2013)

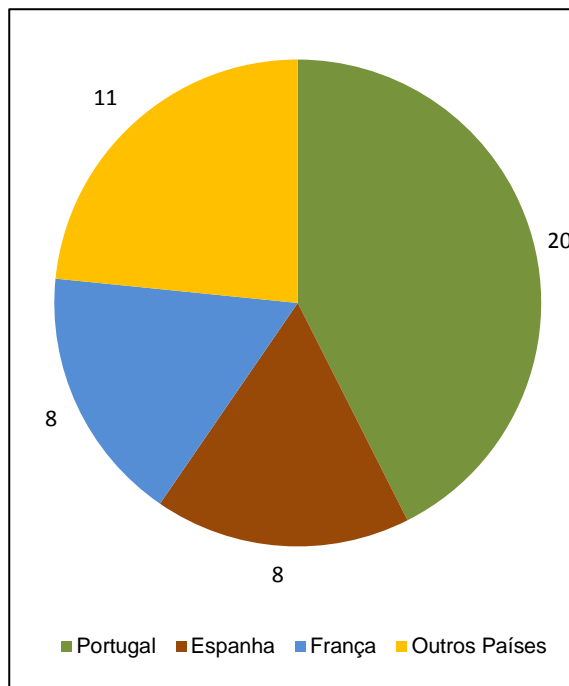


### ANEXO D: Exposições individuais, encomendas e projetos de arte pública de Joana Vasconcelos

QUADRO ANEXO D.1 - Exposições individuais (2000-2013)

ANO	Portugal	Espanha	França	Outros Países	TOTAL
2013	1	0	0	1	1
2012	0	0	3	1	3
2011	1	0	1	2	2
2010	1	0	1	1	2
2009	6	1	0	0	7
2008	0	1	1	1	2
2007	1	0	0	4	1
2006	2	1	0	0	3
2005	0	1	2	0	3
2004	3	1	0	1	4
2003	0	1	0	0	1
2002	1	1	0	0	2
2001	1	1	0	0	2
2000	3	0	0	0	3
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>47</b>

GRÁFICO ANEXO D.1 - Exposições individuais (2000-2013)



Fonte: Elaboração própria, com base no *Curriculum Vitae* de Joana Vasconcelos (JOANA VASCONCELOS, 2013)

QUADRO ANEXO.D.2 – Encomendas e Projetos de Arte Pública

	OBRA	ANO	SÉRIE	LOCAL	PAÍS
1	<i>12k1</i>	2001	Não seriada	Lux-Frágil, Lisboa	Portugal
2	<i>Trono ao Santo António</i>	2001	Não seriada	Festas da Cidade, Praça do Município, Lisboa	Portugal
3	<i>Cactus</i>	2002	Não seriada	Fórum Almada, Almada	Portugal
4	<i>Ópio</i>	2003	Não seriada	Hotel Quinta das Lágrimas, Coimbra	Portugal
5	<i>Coração Independente Dourado</i>	2004	CORAÇÕES	Restaurante Eleven, Lisboa	Portugal
6	<i>30 Anos do 25 de Abril</i>	2004	Não seriada	Clube Português de Artes e Ideias, Lisboa	Portugal

Público(s) de Arte Contemporânea - A Exposição *Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda*

7	<i>Coração Independente Vermelho</i>	2005	CORAÇÕES	Portugal at Heart, Melrose Arch, Joanesburgo	África do Sul
8	<i>Néctar</i>	2006	CASTIÇAIS	Museu Coleção Berardo, Lisboa	Portugal
9	<i>Donzela</i>	2007	COLCHAS	Imaginarium - Festival Internacional de Teatro de Rua de Santa Maria da Feira (7ª ed.), Castelo de Santa Maria da Feira, Santa Maria da Feira	Portugal
10	<i>Dorothy</i>	2007	SAPATOS	Garden of the Amore Pacific Corporate Building, Seoul	Coreia do Sul
11	<i>Joujoux</i>	2007	VALQUÍRIAS	" E Dançaram para Sempre" (coreografia de Clara Andermatt), Teatro Nacional de São Carlos, Lisboa	Portugal
12	<i>Valquíria #7</i>	2007	VALQUÍRIAS	Centro de Saúde de Sacavém, Sacavém	Portugal
13	<i>Cinderela</i>	2007	SAPATOS	Coleção de Arte Contemporânea, Tróia Design Hotel, Tróia	Portugal
14	<i>Priscilla</i>	2007	SAPATOS	Manufacture des Souliers Louis Vuitton, Fiesso d'Artico	Itália
15	<i>A Jóia do Tejo</i>	2008	Não seriada	7 Maravilhas EDP, Torre de Belém, Lisboa	Portugal
16	<i>Varina</i>	2008	COLCHAS	Imaginarium – Festival Internacional de Teatro de Rua de Santa Maria da Feira (8ª ed.), Ponte D. Luís I, Porto	Portugal
17	<i>Vitrine</i>	2008	Não seriada	Art Building, Rua do Alecrim, nº 12, Lisboa	Portugal
18	<i>Turbo</i>	2008	VALQUÍRIAS	MSCAR, Faro	Portugal
19	<i>Valquíria Enxoval</i>	2009	VALQUÍRIAS	Termas da Fadagosa, Nisa	Portugal
20	<i>Portugal a Banhos</i>	2010	Não seriada	Doca de Santo Amaro, Lisboa	Portugal
21	<i>Jardim Bordallo Pinheiro</i>	2010	Não seriada	Jardim do Museu da Cidade, Lisboa	Portugal

22	<i>Miss Jasmine</i>	2010	ESCULTURAS EM FERRO FORJADO\BULES	Amore Pacific Research Building, Jeju Island	Coreia do Sul
23	<i>Sr. Vinho</i>	2010	ESCULTURAS EM FERRO FORJADO\GARRAFÕES	Mercado Municipal de Torres Vedras, Torres Vedras	Portugal
24	<i>La Thèière</i>	2010	ESCULTURAS EM FERRO FORJADO\BULES	Le Royal Monceau, Paris	França
25	<i>Kit Garden</i>	2012	Não seriada	Largo do Intendente, Lisboa	Portugal
26	<i>Pavillon de Thé (PA)</i>	2012	ESCULTURAS EM FERRO FORJADO\BULES	Cafesjian Center for the Arts, Erevan	Arménia

Fonte: Elaboração própria, a parti do *Curriculum Vitae* de Joana Vasconcelos (Vasconcelos, 2013)





## ANEXO E: Modelo de *gatekeepers* na carreira de Joana Vasconcelos

QUADRO ANEXO E.1 – Modelo de *gatekeepers* nas diferentes fases da carreira de Joana Vasconcelos

Indicador de reconhecimento ou sucesso	CAMADA I Facilitadores que moldam ou promovem o início de carreira	CAMADA II Mediadores no mercado	CAMADA III Instituições e estruturas de suporte
<b>Fase I</b> Desenvolvimento e formação			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auto-expressão</li> <li>• Satisfação pessoal</li> <li>• Apoio de fontes internas e externas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Família e amigos: o marido, arquiteto Duarte Ramirez, é parceiro na construção dos projetos.</li> <li>• Educadores e formadores: professor Isolino Vaz, Escola Marquês de Pombal, que aconselhou JV a ir para a Escola António Arroio; Ar.Co</li> <li>• Figuras modelo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mentores profissionais</li> <li>• Redes geracionais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoridades públicas responsáveis pelo currículo de educação e formação</li> <li>• Painéis de juris que concedem bolsas</li> </ul>
<b>Fase II</b> Descoberta e desenvolvimento			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconhecimento público de profissionais: Paulo Cunha e Silva, Jacinto Lageira, Jorge Lima Barreto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mentores profissionais</li> <li>• Grupos ou redes de <i>peers</i></li> <li>• Críticas/ media:</li> <li>• O público/audiência: 235 212 visitantes na exposição do PNA (recorde naquele monumento)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizadores de plataformas ou eventos de distribuição (curadores) a nível nacional</li> <li>• Fontes de fundos públicos e privados</li> <li>• Críticos/agências de media</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Assoc. profissionais</li> <li>• Reguladores</li> <li>• Comitês de prémios: Alexandre Melo, João Fernandes, João Pinharanda, José Borges da Fonseca, Leonor Nazaré (júri do prémio artes visuais, EDP, 2000)</li> <li>• Instituições culturais</li> </ul>
<b>Fase III</b> Sucesso com aclamação nacional, europeia ou internacional			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Dinheiro:</b> a arte de JV movimentou 2 milhões de euros em 2012<sup>43</sup>; na Christie's: <i>Coração Independente</i> vendido por 192 mil euros (2009) e <i>Sapatos de Marilyn</i> por 573.964 euros (2010); <i>Emmeline</i> (2011) e <i>Ophelia</i> (2012) vão estar no leilão <i>Post-War and Contemporary Art Day Auction</i> (dia 26 de junho, 2013, em King Street, em Londres<sup>44</sup>)</li> <li>• <b>Fãs e audiências devotas:</b> 29.803 gostos (fãs) na página oficial no facebook de JV<sup>45</sup>; 2.578 gostos (fãs) na página oficial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Painel de juris/prémios:</li> <li>• 2000 - 1º Prémio de Escultura / 45<sup>ème</sup> Salon de Montrouge, Montrouge; Prémio EDP Novos Artistas, Fundação EDP, Lisboa</li> <li>• 2004 - Prémio Tabaqueira de Arte Pública, Tabaqueira; Prémio Fundação Marquês de Pombal Artes Plásticas / Arte Contemporânea Jovens Artistas, Fund. Marquês de Pombal</li> <li>• 2006: The Winner Takes it All, Fundação de Arte Moderna e Contemporânea – Coleção Berardo</li> <li>• Instituições culturais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizadores transnacionais de eventos / curadores de exposições: Miguel Amado, Deborah Robinson</li> <li>• Críticos/media europeus ou internacionais: Agustín Pérez Rubio, Octavio Zaya, Elisabeth Lebovici;</li> <li>• Media;</li> <li>• Especialistas em relações públicas nas indústrias culturais globais</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fóruns e redes a nível internacional e corpos intergovernamentais.</li> </ul>

<sup>43</sup> Em Diário Económico, 12-04-2013.

<sup>44</sup> Em <http://www.dinheirovivo.pt/Buzz/Artigo/CIECO165417.html> [Consult. 09-06-2013]

<sup>45</sup> Em <https://www.facebook.com/pages/Joana-Vasconcelos/114594835254650?fref=ts> [Consult. 09-06-2013]

<p>no facebook de JV no PNA<sup>46</sup>; 1,6 milhões de visitantes no Palácio de Versalhes (2012);</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Reconhecimento de tendências:</b> o filósofo Gilles Lipovetski apelida-a de hiper-modernista;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Plataformas-chave</li><li>• Críticos/Media;</li></ul> <p>Distinção: Prémio personalidade do ano 2012/Martha de la Cal (Associação da Imprensa Estrangeira em Portugal)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• A audiência/público</li></ul>		
--	--	--	--

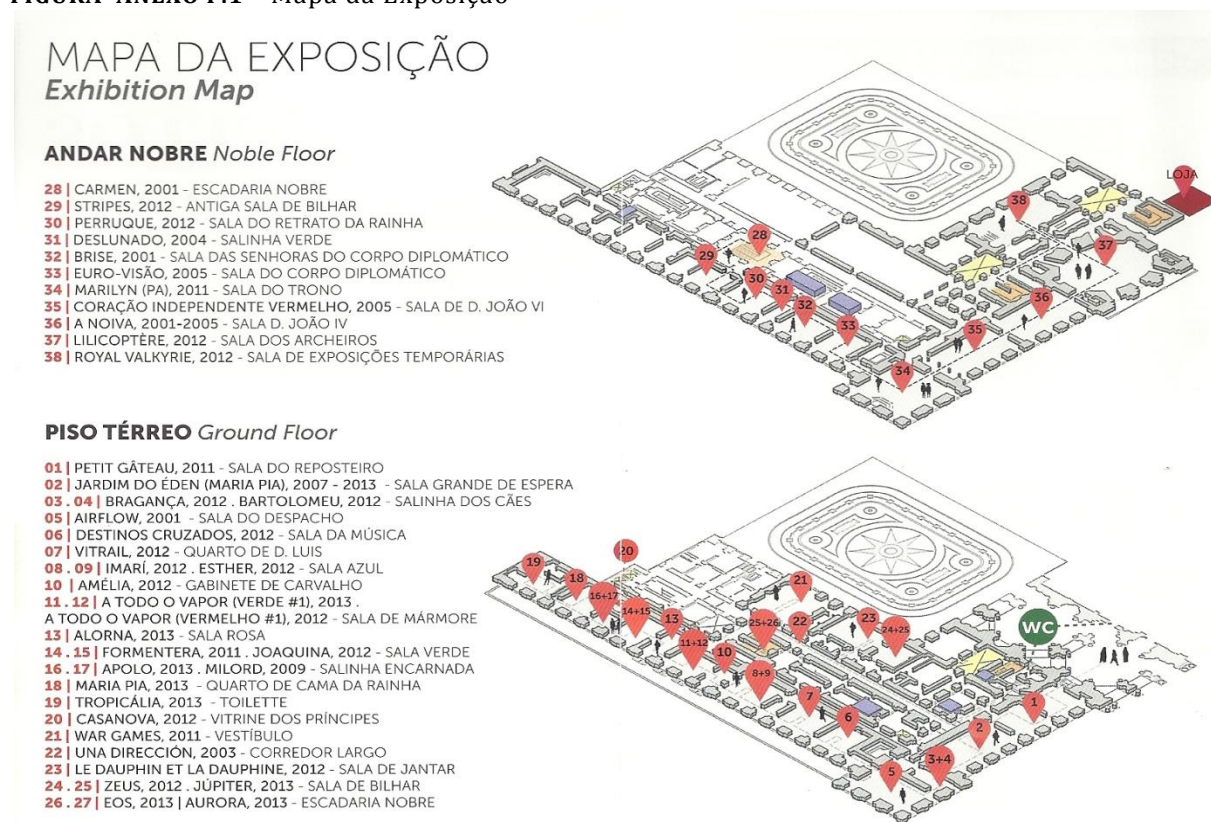
Fonte do modelo: Cliche e Wiesand *apud* Conde, 2011:40.

---

<sup>46</sup> Em <https://www.facebook.com/IoanaVasconcelosPNAjuda?fref=ts> [Consult. 09-06-2013]

**ANEXO F: Mapa da exposição Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda**

FIGURA ANEXO F.1 – Mapa da Exposição



Fonte: Desdobrável informativo da Exposição - Everything Is New.



***CURRICULUM VITAE***