

Departamento de História

**Públicos dos Museus: um estudo qualitativo sobre as visitas em
família – o caso do Museu da Eletricidade**

Joana Cristina Santos

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Gestão e Estudos da Cultura – Museologia

Orientador:

Doutor José Soares da Silva Neves, Professor Auxiliar Convidado

ISCTE-IUL

Setembro, 2014

AGRADECIMENTOS

O Trabalho de Dissertação de Mestrado requer um grande empenho por quem o elabora, apenas possível através da colaboração e apoio de todos os que se mostraram disponíveis. Neste sentido gostaria de agradecer a todas as pessoas que influenciaram de forma positiva o desenvolvimento deste trabalho.

Em primeiro lugar ao Professor Doutor José Soares Neves, orientador desta dissertação, pelo tempo dispensado, pelos conselhos dados, e pela prontidão de resposta sempre que foi solicitada.

À Professora Doutora Maria João Vaz, enquanto docente no seminário de mestrado e Diretora do Mestrado de Gestão e Estudos da Cultura, pelas sugestões e pelo apoio que demonstrou ao longo de todo o período de desenvolvimento da dissertação

Ao Engenheiro José Manuel dos Santos, Diretor do Museu da Eletricidade, por permitir a realização desta pesquisa na instituição que dirige.

À Raquel Eleutério e à Joana Henriques, do Museu da Eletricidade, por terem facilitado o acesso aos dados do Museu, pelos conselhos dados e pela disponibilidade que demonstraram.

À empresa Florência Augusto Chagas pela amabilidade de ter fornecido as canetas para o preenchimento dos questionários.

Às famílias que colaboraram com a pesquisa, e principalmente a todas as que foram entrevistadas, pelo tempo concedido e pelas informações fornecidas, imprescindíveis na elaboração da pesquisa.

E finalmente, um particular agradecimento à minha própria família, especialmente aos meus pais, pelo estímulo à realização deste trabalho, e ao Diogo pela paciência demonstrada, pela tolerância da minha ausência e pelo apoio constante que deu.

Um sincero OBRIGADA.

RESUMO

Este estudo é uma análise qualitativa sobre visitas a museus em família, onde se estudou o caso do Museu da Eletricidade.

As famílias são uma segmentação de público pela qual os museus se têm interessado nas últimas décadas. Isto acontece porque por um lado, cerca de metade do público de museus são famílias e, por outro lado, porque atrair famílias significa exercer influência na formação cultural das crianças que as acompanham ou seja, nos potenciais visitantes do futuro.

Neste trabalho, que se desenvolveu a partir de um inquérito por questionário e de entrevistas, procurou-se conhecer quem são as famílias que visitam museu (composição dos grupos, relação com os museus, escolaridade e profissão dos adultos), porque motivos o fazem (intenções prévias de visita), e perceber em que medidas é que estas duas dimensões afetam as experiências de visita: as diferentes formas de viver a visita, de aproveitar o espaço e o momento, e de apreciar a experiência.

Como objetivo final, este estudo pretende fornecer ferramentas que podem facilitar o trabalho dos profissionais de museus, nomeadamente na conceção de exposições cujo público-alvo sejam as famílias.

Palavras-chave: Famílias, Públicos dos Museus, Experiências de visita a museus.

ABSTRACT

This study is a qualitative analysis of families' visits to the museums, where the studied of the Museum of Electricity took place.

Families are a section of the audience in which museums have been interested in the recent decades. This happens because on the one hand, about half of the museums' audience are families and, secondly, because in attracting families it means to have influence about the cultural formation on children that follow with them, in other words, the potential visitors in the future.

In this work, which developed primarily from questionnaire survey and interviews, we tried to find out Who are the families that visit museums (group composition, relationship with museums, education and occupation of adults), what are the reasons for doing it (prior intentions), and realize to what extent do these two dimensions affect the experiences of visit: the different ways of living the visit, to enjoy the space and the time, and enjoy the experience.

As a final goal, this study aims to provide tools that can facilitate the work of museum professionals, particularly in the planning of exhibitions whose target audience are families.

Keywords: Families, Museum Audience, Visiting Experience in Museums.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
1. PERTINÊNCIA, MOTIVAÇÕES E OBJETIVOS	3
2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO	9
2.1. Estudos de públicos	9
2.1.1. Definição de museu	9
2.1.2. Definição dos estudos de públicos, tipos e objetivos	10
2.1.3. A evolução dos estudos de públicos.....	12
2.1.4. Os estudos de públicos em Portugal.....	14
2.2. Estudos de públicos em família em museus	15
2.2.1. Definição de estudos de públicos em família, objetivos gerais e evolução histórica	15
2.2.2. Definir família no contexto museológico	17
2.2.3. Práticas das visitas em família.....	18
2.2.4. Motivos das famílias para visitarem museu	20
2.2.5. Características dos comportamentos das famílias no contexto museológico... ..	22
2.3. Metodologias utilizadas em estudos de públicos em museus.....	24
3. ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO	29
3.1. Objeto de estudo e modelo de análise.....	29
3.2. Estratégia metodológica.....	31
4. CARACTERIZAÇÃO DO MUSEU DA ELETRICIDADE	34
5. VISITAS EM FAMÍLIA AO MUSEU DA ELETRICIDADE	38
5.1. Análise dos resultados dos inquéritos por questionários	38
5.1.1. Os questionários e os questionados	38
5.1.2. Principais resultados.....	40
5.2. Análise dos resultados dos inquéritos por entrevista.....	43
5.2.1. As entrevistas e os entrevistados	44
A) <i>TRAJETÓRIAS DE VIDA</i>	47
5.2.2. Descrição das famílias/Informação demográfica	47
5.2.3. Práticas culturais.....	47
5.2.4. Frequência das visitas a museus.....	48
5.2.5. Áreas temáticas dos museus que (não) visitam	50

5.2.6.	Opiniões sobre preçários de ingressos.....	51
5.2.7.	Influências culturais	53
B)	CONTEXTOS DA VISITA	55
5.2.8.	Motivos para levar a crianças a museus	55
5.2.9.	Desenvolvimento de hábitos culturais nas crianças	57
5.2.10.	Motivos para não levar as crianças.....	57
5.2.11.	Os adolescentes da família	59
5.2.12.	Iniciativa da visita	60
5.2.13.	Intenções prévias	62
5.2.14.	Preparação da visita.....	63
C)	EXPERIÊNCIA DA VISITA	64
5.2.15.	Tempo.....	64
5.2.16.	Percursos na área expositiva.....	65
5.2.17.	Aquisição de conhecimento.....	68
5.2.18.	Interações entre os elementos da família.....	69
5.2.19.	Apreciações	71
5.3.	Análise de comentários do Livro de Visitante.....	75
5.3.1.	A consulta e os comentários.....	75
5.3.2.	Principais resultados.....	76
CONCLUSÃO		78
FONTES		82
BIBLIOGRAFIA		83
ANEXOS		87

GLOSSÁRIO DE SIGLAS

CRGE – Companhias Reunidas de Gás e Eletricidade

DGES – Direção-Geral do Ensino Superior

DGPC – Direção Geral do Património Cultural

EUA – Estados Unidos da América

GPS – Global Positioning System

ICOM – International Council Of Museums

INE – Instituto Nacional de Estatística

ME – Museu da Eletricidade

OAC – Observatório das Atividades Culturais

UMAD – Unidades Móveis de Apoio ao Domicílio

UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

WPP – World Press Photo

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 - Esquema da experiência museológica segundo Falk e Dierking (1992).	12
Quadro 2 - Modelo de análise.	30
Quadro 3 - Métodos e dimensões de análise.	32
Quadro 4 - Classificação dos tipos de composição das famílias.	39
Quadro 5 - Classificação das idades das crianças por escalão.	41

INTRODUÇÃO

Esta dissertação desenvolve-se no âmbito do Mestrado de Gestão e Estudos da Cultura – Museologia e nela aproveitou-se para aprofundar conhecimentos sobre os públicos dos museus. O objetivo deste trabalho é analisar a experiência de visita de famílias a museus, estudando o caso do Museu da Eletricidade.

Optou-se por concentrar o estudo num público específico, as famílias, especialmente por dois motivos. Por um lado é um segmento de público pelo qual os museus se interessam. Como foi já comprovado em vários países, cerca de metade do público dos museus fazem a visita acompanhada por familiares e, para além disso, investir na educação cultural das crianças que visitam museus acompanhadas pelos familiares é investir nos visitantes da cultura do futuro. E, por outro lado, porque é um tipo de estudo muito pouco explorado em Portugal.

Nas últimas décadas tem-se assistido ao crescimento dos estudos de públicos em museus, os quais fornecem novos dados sobre a experiência museológica, assim como sobre as expectativas, preferências e interesses dos visitantes (Studart, 2005). Mas foi no início do século XXI que os estudos de públicos em família sofreram um impulso positivo, tendo sido desenvolvidos nomeadamente nos EUA, Canadá, Reino Unido, França e Brasil, nos quais se investigou sobre o comportamento das famílias, os motivos que as levaram aos museus, os modos como aprendem, o que é que aprendem ou o papel dos adultos durante a visita. Estes estudos vieram facilitar o trabalho dos profissionais de museus na conceção de exposições e atividades, assim como no planeamento de espaços e na adequação de serviços.

Este trabalho tem como objetivo principal tomar conhecimento sobre diferentes experiências de visita das famílias, e compreender a articulação entre este domínio e as trajetórias biográficas dos elementos das famílias e os contextos da visita.

A escolha do objeto de estudo recaiu sobre o Museu da Eletricidade pois, para além de ser o meu local de trabalho, o que facilita o acesso à pesquisa, também é uma instituição museológica bastante visitada por famílias, assim como contempla exposições de diferentes áreas temáticas, o que permite fazer uma comparação entre as visitas dos vários espaços expositivos.

Neste trabalho é feita uma abordagem no estudo dos públicos da cultura, onde é empenhada sobretudo uma análise qualitativa. Através de técnicas como a entrevista, a

observação e a consulta de documentos pretendeu-se aprofundar aspetos mais subjetivos e lógicas singulares de algumas famílias, de modo a captar o panorama social geral. As pesquisas qualitativas não procuram representatividades mas sim singularidades. O inquérito por questionário, por sua vez, foi também uma importante componente do estudo pois complementou os dados adquiridos através dos métodos anteriormente mencionados.

O trabalho encontra-se dividido em cinco capítulos. O primeiro é um capítulo introdutório onde são explicadas as motivações que levaram a desenvolver este estudo, a pertinência do tema, os objetivos da investigação e é dada uma justificação da escolha do objeto de estudo.

No segundo capítulo encontra-se o enquadramento teórico do tema. Nesta parte do trabalho são levantados os conceitos centrais e é feita uma revisão bibliográfica do tema, abordando os principais estudos e respetivos resultados.

O terceiro capítulo é dedicado aos aspetos metodológicos. Nele é identificado o objeto de estudo, explicado o modelo de análise e apresentada a estratégia metodológica.

O quarto capítulo consiste na exposição das características do Museu da Eletricidade de modo a dar a conhecer ao leitor qual o contexto das visitas. Nele são feitas referências à história da instituição, às suas condições físicas, e às exposições patentes.

No último e principal capítulo são expostos os resultados da investigação conseguidos predominantemente através de entrevistas, agrupados segundo o modelo de análise: trajetórias biográficas, contextos de visita e experiências de visita.

Finalmente, na última parte são apresentadas as conclusões da pesquisa.

1. PERTINÊNCIA, MOTIVAÇÕES E OBJETIVOS

Ao longo da elaboração da dissertação, em vários momentos mas em particular durante o trabalho de campo, me vieram à memória recordações de infância, que aqui registo. Recordo-me perfeitamente de, em várias ocasiões, me sentar no sofá lá de casa com o meu pai ao final do dia de escola, e no caso dele, do dia de trabalho, para vermos um programa televisivo do José Hermano Saraiva onde se contava a História e as histórias de diversas localidades portuguesas. Eu estava ainda no Ensino Primário e das coisas que mais gostava de fazer era ouvir histórias ou ver filmes sobre palácios, castelos, rainhas e princesas que, de certa maneira, encontrava naquele programa. Esta prática despertou o meu interesse por visitar os ditos museus e palácios. Foi nesta fase, com cerca de 6 anos, que comecei a ir a monumentos e museus: durante o ano letivo com a escola e durante as férias de verão com a minha família. Geralmente a iniciativa partia de mim e os meus pais satisfaziam-me o desejo, que era partilhado por todos nós. De acordo com Bourdieu (2003 [1969]) provenho de uma família com capital cultural baixo, pois os meus pais estudaram até à 6ª classe, no entanto hoje tenho uma formação superior, uma vida culturalmente ativa e estudo museologia. Isto significa que a escola exerceu uma forte influência na minha educação cultural. Mas, em muitos casos, a influência da escola não é suficiente.

Atualmente, enquanto guia-intérprete no Museu da Eletricidade (ME), contacto com muitos professores com a plena consciência da importância das visitas de estudo a museus para os seus alunos pois muitos deles só vão a estes espaços no âmbito das visitas escolares. Entre as escolas que lá vão é notória a diferença dos comportamentos-padrão entre elas. Destaco as escolas privadas cujos alunos são, genericamente, mais atentos e curiosos. Esta atitude é resultado também da educação que recebem em casa (do processo de socialização) com a família, nomeadamente a educação direcionada para o contacto com as “instituições especializadas da modernidade avançada” ou “das sociedades contemporâneas, (Costa, 2004: 131), neste caso museus. Algumas crianças estão habituados a frequentar espaços museológicos com a família, outros nem tanto. O ME recebe frequentemente famílias com as suas crianças, algumas possivelmente com poucas semanas de vida.

As visitas em família são uma modalidade de visita que importa estudar também pelo seu peso quantitativo – logo a seguir às escolas, é a modalidade mais representada nos estudos

demográficos dos museus (Cordier e Serre, 2000, p. 259). No seu estudo, Hilke (1989, p. 101) descobriu que 50% dos públicos dos museus nos EUA realizavam a visita em grupos familiares. Por sua vez Borun (2002, p. 254) também fez uma investigação no mesmo país e concluiu que ao fim de semana 62% dos visitantes dos museus estavam em família. Em Londres, no Museu de História Natural, McManus (1987, p. 266) verificou que 46,3% das visitas em grupo eram famílias. E em França, Eidelman, Jonchery e Zizi (2012) concluíram que 85% do público geral (ou seja, com a exceção do público escolar) visita os museus franceses acompanhado, e 40% deste núcleo faz-se acompanhar por crianças. Em Portugal as informações que existem sobre o assunto são poucas: a DGPC tem dados estatísticos sobre visitas em família mas restritos às tarifas de bilheteira e alguns estudos de públicos fazem referência às modalidades de acompanhamento como as que se seguem. Santos e Neves estimaram que dos visitantes da exposição “Michael Giacometti, caminho para um museu”, no Museu da Música Portuguesa, 23,5% encontrava-se acompanhado por familiares (12,1% com filho/s, 3,7% com pai/mãe e 7,7% com outros familiares) (Santos e Neves, 2005, p. 123). No mesmo estudo, comparando os visitantes de três museus do município de Cascais¹, os autores verificaram que 33,4% são famílias (16,3 com filho/s, 6,4% com pai/mãe, e 10,7% com outros familiares) (Santos e Neves, 2005, p. 98). No geral, 35,8% de quem visita a Fundação Serralves fá-lo com familiares (Fundação Serralves, 2013). Num estudo de públicos levado a cabo no Museu Nacional de Arte Contemporânea concluiu-se que 56,5% dos visitantes fazem a visita acompanhados por membros da família (Simplício, 2010, pp. 54-55).

Mas será que é pertinente os museus preocuparem-se com as famílias apenas por causa destas percentagens? As famílias exercem um papel fundamental na formação do gosto cultural das crianças, que são o potencial público do futuro. São várias as pesquisas quantitativas que revelam que a prática de atividades culturais na infância têm efeito nas práticas culturais durante a vida adulta (Lahire, 2006 [2004]). Assim como também se sabe, através destes estudos, que as práticas de atividades culturais na infância estão fortemente relacionadas com o meio social de origem e, sobretudo, com o nível de escolaridade dos pais. No entanto, “mesmo aqueles que não foram estimulados pelo seu meio familiar a praticar atividades culturais têm hipóteses de viver em contextos culturalmente mais favoráveis durante a sua vida adulta, e que, para eles, nem tudo se definiu na infância” (Lahire, 2006 [2004], p. 403). Nestes casos os sujeitos

¹ Na pesquisa referenciada foram estudados os públicos do Museu Condes de Castro Guimarães, do Museu do Mar – Rei D. Carlos e do Forte de São Jorge de Oitavos.

receberam outras influências socializadoras (como os cônjuges, amigos ou colegas de profissão) que substituíram as socializações para a cultura em falta. A escolha de cada indivíduo e a sua relação com os outros são sobretudo definidas pelo capital cultural gerado pela escola e consolidado pela família (não tanto pelas condições financeiras ou pela classe social onde se insere) (Bourdieu e Darbel, 2003 [1969]). Este fenómeno também se reflete no contexto museológico:

A posse de competências permitem entender e descodificar os objetos artísticos e os discursos que a partir deles se organizam, sendo o nível dessas competências definido pela posse de capital 'simbólico' (prestígio e honra social) ou 'cultural' (conjunto de conhecimentos legítimos) (Bourdieu e Darbel, 2003 [1969], p. 54).

Deste modo, as visitas de estudo escolares são importantes na implementação de hábitos culturais, como visitar museus, mas têm de ser reforçadas no contexto familiar. No entanto, apesar da importância dos hábitos culturais inculcados pela escola e pela família, cada sujeito é um agente ativo que pode emancipar as suas escolhas. O conhecimento e as competências (ou a sua falta) são determinantes na diferenciação entre públicos dominantes e dominados (Lopes J. T., 2006).

Por outro lado, a família também é considerada um grupo social relevante como objeto de estudo porque constitui um público peculiar: “As famílias merecem especial atenção por parte dos museólogos porque representam um grupo de aprendizagem, com diferentes gerações, diferentes origens, e que dá importância às interações sociais” (Ellenbogen, 2002, p. 83). As interações sociais entre os membros de uma família estão inter-relacionadas com um sistema complexo de partilha no passado, de experiências, crenças e valores. Cada família está habituada a aprender em conjunto. Ao longo do tempo adquiriram estratégias de aprendizagem pessoais e cooperativas, por vezes inconscientemente, que facilitam a experiência de aprendizagem no museu. E são também estas estratégias que muitos estudos de públicos pretendem captar.

Sabendo que a educação cultural na infância é fundamental na definição do perfil de consumidor cultural do sujeito em adulto, uma estratégia lógica para os museus alargarem o volume dos seus públicos a longo prazo, e também para democratizarem o acesso à cultura, é atrair as famílias com as suas crianças. E os resultados surgirão quando as mesmas crianças um dia se tornarem independentes e visitarem museus por iniciativa própria. Tendo consciência disso mesmo, alguns museus começaram a adequar os serviços a este tipo de público, sobretudo

disponibilizando serviços secundários como fraldários, cacifos, menus para crianças na restauração ou carrinhos para crianças, no entanto estes revelaram-se não serem esforços suficientes (McManus, 1994). Para além da adequação dos espaços e dos serviços, também é preciso adaptar o programa museológico às famílias ou seja, programas e atividades para grupos multigeracionais onde crianças e adultos podiam aprender em conjunto (Choya, 2008, p. 5).

E um estudo de públicos é uma ferramenta que pode auxiliar bastante esta tarefa pois responde a uma série de questões acerca do perfil das famílias que os visitam, dos seus contextos de visita, assim como das suas experiências de visita.

Focando-se nos visitantes em família, esta pesquisa incide num museu de ciência e tecnologia que acolhe exposições temporárias dentro da temática das artes, o Museu da Eletricidade.

O objetivo principal da investigação é identificar e interpretar as experiências de visita das famílias, como também estudar os modos de relação com as exposições e as apreciações decorrentes da visita. A ideia é partir de casos particulares para captar a sua possível heterogeneidade. Teorias defendem a consideração da

Pluralidade interna contida dentro do termo ‘público’ e a não redução da “pluralidade de perfis sociais que o constituem (...) ao mero sentido estatístico e unidimensional do agregado de indivíduos que partilham padrões de gosto ou consumo (Machado e Conde, 1989, pp. 81-82).

Deste modo, o objetivo não foi estudar apenas as famílias que têm o hábito de visitar museus mas também aquelas que o fazem pontualmente. Procurou-se estudar não só as famílias padrão mas também aquelas que fazem parte das exceções estatísticas (por exemplo, aquelas cujos adultos têm baixos níveis de escolaridade).

Quem são as famílias que visitam os museus, quais são os contextos das visitas e como são as experiências das visitas. Estas são as três principais questões que se pretende responder nesta dissertação, tendo como objeto de estudo o Museu da Eletricidade. Dentro destas questões compreendem-se as seguintes: Quais as modalidades de acompanhamento das famílias? Quais são as suas práticas culturais? Qual é o carácter biográfico dos adultos? Qual a sua relação com o ME e com os museus em geral? O que acham dos preços dos ingressos? Os adultos vão com a intenção de educar culturalmente os seus filhos? Vão para lhes satisfazer a vontade? Ou vão porque pessoalmente se interessam por determinada exposição? Existem outros motivos? A que tipo de museus preferem ir? Preparam a visita? Qual o percurso da visita? Quanto tempo

dura? Quais os comportamentos das diferentes gerações? Quais as modalidades de aquisição de conhecimento? Qual a apreciação da visita?

Existe então uma componente empírica nesta pesquisa que pretende aprofundar o conhecimento das famílias que visitam uma instituição museológica, e o seu modo de relação com ela, sendo que a instituição museológica está ligada a duas áreas temáticas: ciências e tecnologias, e também artes.

Para trabalhar este tema a escolha recaiu sobre o Museu da Eletricidade precisamente por ser um museu ambivalente relativamente às temáticas dos seus conteúdos expositivos e também por ser o meu local de trabalho do investigador, o que permite um acesso privilegiado às informações). O acesso é um processo fundamental num projeto de investigação:

O acesso é um pré-requisito, uma condição prévia para que uma pesquisa se realize. O acesso influencia a fiabilidade e a validade dos dados que o investigador obtém subsequentemente. Os pontos de contacto que o investigador tem com uma instituição, organização ou grupo influenciarão a recolha de dados e a perspetiva que pode ser tomada (Burgess, 1997, p. 48).

No museu, para além de visitas guiadas, também faço alguns serviços de vigilância de sala e de apoio ao visitante ou seja, estou em permanente contacto com os visitantes e a minha presença naquele espaço é natural, não interferindo no decurso “normal” da visita. Para além de ter uma posição privilegiada enquanto observadora, o facto de trabalhar no museu também me permite ter acesso facilitado aos dados do museu, como estatísticas e outros documentos, fornecidos pelos contactos já estabelecidos nos diferentes níveis da hierarquia da instituição. E em terceiro lugar, porque conheço melhor este museu do que qualquer outro: as exposições, os serviços, os percursos, as reações e comportamentos dos visitantes a determinados módulos ou dispositivos, o que mais agrada os visitantes e o que menos agrada, entre outros aspetos.

O facto de a exposição permanente do Museu se inserir na área das ciências e tecnologias, e de, paralelamente, o Museu acolher exposições temporárias inseridas no mundo das artes, contribui para que esta se torne uma investigação mais rica pois permite fazer um paralelismo entre os visitantes das duas áreas temáticas em exposição. Os museus de ciências e os de artes diferem no seu conceito e nas experiências dos seus visitantes. Os museus de ciência oferecem uma educação pública de ciência, enquanto os de arte oferecem uma experiência estética e até religiosa (Cameron, 1995, p. 50). Também a missão em cada um deles difere: “A primeira missão dos museus de ciências é fazer conhecer (...) os desenvolvimentos científicos.

A dos museus de arte é instalar os fundamentos de uma história coletiva” (Sicard, 2001, p. 43). Os museus de ciência inserem-se numa área de conhecimento dedicada ao mundo prático e imediato, ao passo que os de arte pertencem a um “mundo acima da realidade quotidiana” (Almeida A. , 2005, p. 36). E por fim, no geral, os museus de ciência proporcionam mais interação entre os visitantes enquanto nos museus de arte os visitantes tomam uma atitude de recolhimento (Sicard, 2001, p. 41). Este paralelismo entre as diferentes exposições do ME permite desvendar quais as exposições que as famílias preferem e quais os comportamentos em cada uma delas, entre outros aspetos.

2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

2.1. Estudos de públicos

2.1.1. Definição de museu

Ao longo dos séculos, o museu foi sofrendo diversas alterações a vários níveis: tanto na sua forma, como na sua função, conteúdo, missão, modo de funcionamento ou administração (Desvallées e Mairesse, 2013, p. 64). Mas o conceito moderno de museu tal como o conhecemos hoje foi surgindo apenas nos séculos XVI/XVII e consolidou-se no século XVIII (Magalhães, 2005, p. 33) .

Atualmente, o museu é considerado pelo ICOM e pela Lei Portuguesa como:

uma instituição permanente sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, investiga, comunica e expõe o património material e imaterial da humanidade e do seu meio envolvente com fins de educação, estudo e deleite (ICOM).

1- Museu é uma instituição de carácter permanente, com ou sem personalidade jurídica, sem fins lucrativos, dotada de uma estrutura organizacional que lhe permite: a) Garantir um destino unitário a um conjunto de bens culturais e valorizá-los através da investigação, incorporação, inventário, documentação, conservação, interpretação, exposição e divulgação, com objetivos científicos, educativos e lúdicos; b) Facultar acesso regular ao público e fomentar a democratização da cultura, a promoção da pessoa e o desenvolvimento da sociedade. 2 - Consideram-se museus as instituições, com diferentes designações, que apresentem as características e cumpram as funções museológicas previstas na presente lei para o museu, ainda que o respetivo acervo integre espécies vivas, tanto botânicas como zoológicas, testemunhos resultantes da materialização de ideias, representações de realidades existentes ou virtuais, assim como bens de património cultural imóvel, ambiental e paisagístico (Lei Quadro dos Museus Portugueses – Lei n.º 47/2004, de 19 de agosto, artº 3).

De forma geral os museus são considerados lugares peculiares que remetem o visitante para outras realidades, “que influenciam os seus comportamentos e atitudes, em que o sentido de espaço e tempo é alterado, através dos objetos, dos discursos, dos ambientes. Os museus são, então, espaços relacionais entre o homem e as coisas” (Baião, 2009, p. 7). No entanto, os museus nem sempre tiveram como funções a conservação, a educação e o lazer. Quando os museus surgiram tinham funções bem diferentes e só passaram a ser considerados locais públicos a partir do século XVIII.

2.1.2. Definição dos estudos de públicos, tipos e objetivos

Um estudo de públicos é considerado pela Visitor Studies Association² um estudo “interdisciplinar das experiências humanas em ambientes de aprendizagem informais. É uma recolha e análise sistemática de informações ou dados para auxiliar as decisões sobre exposições e programas interpretativos”.

No último meio século houve um aumento de investigações em museus sobre os seus públicos, relacionadas com o marketing, a educação e a comunicação (Almeida e Lopes, 2003, p. 138). Hoje em dia os museus intensificaram essa investigação pois enfrentam novos desafios devido ao surgimento de novas opções de cultura, lazer e educação. Um importante ponto em comum entre todos os estudos de públicos é o desenvolvimento de estratégias de captação e de relação com os públicos.

O museu, enquanto instituição cultural, deve procurar saber quem é o seu público, quais os seus gostos e quais as suas motivações (Oliveira, 2004, p. 145). Cativar o público às novas ofertas culturais, como por exemplo exposições temporárias, implica uma investigação complexa ou seja, um estudo de públicos.

Os estudos de públicos podem contribuir para a conceção de exposições e programas culturais, e para a adequação dos serviços ao visitante (Bitgood, 1997, p. 6). Por outro lado, os estudos de públicos também podem ser formas de uma instituição justificar o seu valor, fontes de dados para o planeamento de programas, teste de eficácia dos programas e análise de como as pessoas vivem o museu (Munley, 1986, p. 19). Ambas as teorias têm preocupações gerais em comum: o público, a virtude da instituição, de diversos programas e dos serviços públicos, a adequação do edifício e a programação institucional.

Hoje em dia os estudos de públicos são um campo de investigação bastante extenso (Santos Pérez, 2008, p. 49). Estes regem-se sob vários temas e finalidades (marketing, conceção de exposições, utilização do espaço, sinalização, entre outros), com diversas variáveis (motivações, conhecimentos prévios, atitudes, aprendizagem, estilos de lazer, orientação espacial, perceção, características sociodemográficas, apreciação dos serviços utilizados e do espaço, duração da visita, entre outras), em contextos museológicos que, no entanto podem ser bem distintos (museus, galerias, zoos, parques naturais, centros de interpretação de natureza,

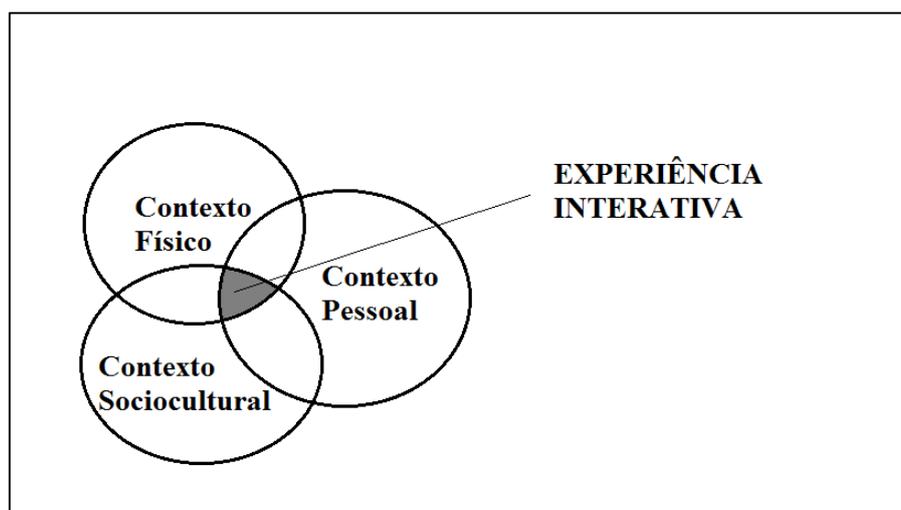
² Visitor Studies Association. Site: <http://visitorstudies.org/resources/professional-development/glossary>. [Consultado em 09/08/2014].

aquários, entre outros). A metodologia utilizada também é diversa de acordo com as linhas de pesquisa de diferentes disciplinas (Psicologia, Comunicação, Sociologia, Antropologia, Museologia, Marketing e Educação). Entre os estudos de destacam-se duas grandes linhas de problematização: a preocupação em explicar as regularidades sociais dos consumos culturais, e a preocupação com a “construção de modelos interpretativos sobre o processo social de recepção cultural” (Pinto, 2004, p. 20).

Nas últimas décadas os estudos de públicos têm sido desenvolvidos sobretudo em universidades. Hoje em dia grande parte dos especialistas em estudos de públicos não são profissionais de museus e as suas investigações inserem-se em diferentes áreas das ciências sociais. O cruzamento de áreas de estudo atribui aos estudos de público um carácter multidisciplinar. Tendo em conta que as diversas áreas onde um estudo de públicos se pode desenvolver, também as respetivas finalidades serão diferentes. Neste sentido Bitgood (1997, p. 6) agrupa os estudos de públicos em cinco grandes áreas de investigação: pesquisa e desenvolvimento de públicos, desenho e desenvolvimento de exposições, desenho e desenvolvimento de programas, desenho de instalações, e serviços para o visitante.

Os estudos de públicos incidem nas diversas variáveis que intervêm na experiência da visita. A partir do modelo de experiência interativa proposto por Falk e Dierking (1992) (Quadro 1), onde defendem que a experiência da visita resulta do cruzamento dos contextos físico, pessoal e social, estabeleceram três tipos básicos de variáveis: o contexto físico (arquitetura, localização do museu, acessos, sistemas de sinalização e orientação, características das exposições), o pessoal (características sociodemográficas e psicológicas dos visitantes e as suas experiências prévias), e o social (os níveis de relação interpessoal entre os membros do grupo de visita, os restantes visitantes e os funcionários do museu). Do cruzamento entre estes três contextos resulta um quarto: o contexto temporal (Falk e Dierking, 2000).

Quadro 1 - Esquema da experiência museológica segundo Falk e Dierking (1992).



2.1.3. A evolução dos estudos de públicos

Ao longo do século XX os museus sofreram várias alterações, nomeadamente nas suas funções e assim também as suas necessidades. Hood (1993) fez uma investigação sobre os estudos de públicos realizados até aos anos 90. O primeiro foi realizado pelo Smithsonian Institute (Instituição associada à investigação e educação num conjunto de museus dos EUA) em 1901 e tinha como objetivo captar os comportamentos das crianças numa sala confortável e com alguns objetos. O segundo estudo de públicos em museus surge 15 anos depois, em 1916, por Benjamim Guilman, que analisou o desconforto dos visitantes e os seus esforços para observar os objetos museológicos (Guilman, 1916). Os mesmos aspetos foram estudados por Arthur Upham Pope em 1924. Em 1928 os psicólogos Edward Robinson e Arthur Melton estudaram a influência desenho expositivo no comportamento dos visitantes, com base na observação e chegaram à conclusão de que o desconforto dos visitantes é mais psicológico do que físico (Hood, 1993, pp. 17-18). Depois, surgiu em 1938 um estudo de Louis Powel no Museu de Ciência em São Paulo (Minnesota, EUA), que analisou a frequência do público por épocas do ano. Entre os 1930 e 1950 Hood (1993) reconhece uma escassez de estudos relacionados com os públicos dos museus.

Com o final da Segunda Guerra Mundial surgiu uma mudança nas relações entre os museus e a sociedade. Os museus implantaram reformas de carácter democrático e tornaram-se

detentores de responsabilidade social (Magalhães, 2005). Para além da sua missão clássica (como recolher, conservar e exibir), os museus voltaram-se para os públicos, desenvolvendo também assim uma função educativa (Hooper-Greenhill, 1998, pp. 9-11). Então os museus passaram a adotar estratégias de modo a aumentar e a diversificar os seus públicos como por exemplo aumentando a quantidade de legendas, textos explicativos e objetos interativos para ajudar na compreensão das coleções. Nos anos 60, especialmente nos EUA, houve museus que reformularam as suas estruturas de modo a se adaptarem a estes novos princípios e práticas (Julião, 2000, pp. 27-28). Esta ideia de “museu dinâmico” propagou-se pela Europa sobretudo a partir dos anos 70, depois da construção do Centro Nacional de Arte e Cultura Pompidou. Tanto nesta década como na seguinte surgiram novas perspetivas acerca do conceito de museu no contexto da Nova Museologia. Nos anos 60 e 70 os estudos de públicos progrediram ao serem aplicadas metodologias das Ciências Sociais, de modo a se obter dados quantitativos relativos aos perfis dos visitantes (Santana, 2010, pp. 18-19; Hooper-Greenhill, 1998, p. 21). Até então os estudos de públicos que se tinham realizado não eram tão sofisticados nem internacionais como os que se seguiram (DiMaggio, 1996, p. 82). A difusão da pesquisa em museus refletiu não só o carácter internacional das ciências sociais como também o aumento das atividades museológicas transnacionais. Parte dos estudos de público assumiram um carácter sistemático ou seja, de avaliação constante, dos quais se destaca o trabalho de Duncan Cameron e David Abbey no *Royal Ontário Museum* (1960) em Toronto, onde se dedicaram a estudar as intenções dos visitantes. Neste período também se destacou o trabalho de Pierre Bourdieu e Alain Darbel (2003 [1969]) que estudaram os públicos dos museus de arte e concluíram que a maioria dos visitantes tinha um elevado grau socioeconómico e de escolaridade, o que era determinante para a experiência da visita, assim como que a frequência a museus está relacionada com o nível cultural de cada país.

Nas duas últimas décadas do século XX os estudos de públicos de museus ficaram mais consolidados: surgiram grupos de investigação e associações profissionais sobre o assunto, dos quais se destacam o *Internacional Laboratory for Visitor Studies* da *University of Wisconsin* (EUA), a associação *Visitor Studies Association* (EUA), o *Observatoire Permanent des Publics* (França), o *Visitor Studies Group* (Reino Unido) e o *Laboratorio Permanente de Público de Museos* (Espanha).

2.1.4. Os estudos de públicos em Portugal

Em Portugal têm sido desenvolvidos vários estudos e investigações sobre públicos da cultura no âmbito da sociologia, sobretudo a partir do começo dos anos 90 (Costa, 2004, p. 123). Estes tiveram como estudos fundadores os de Idalina Conde relacionados com públicos e percepção estética (Conde, 1987 e 1992). Importa notar também a realização de alguns inquéritos sobre práticas de leitura ou práticas culturais, incluindo questões sobre visita a museus – (Freitas e Santos, 1991; 1992) (Pais, 1994), (Silva e Santos, 1995), (Santos, Neves, Lima e Carvalho, 2007) e (Lopes, et al., 2001).

Os trabalhos sociológicos sobre os públicos da cultura realizados em Portugal têm contribuído para um património sociológico inovador, tanto teórica como metodologicamente (Fernandes, 2004, p. 212). Entre eles destacam-se os trabalhos realizados no âmbito do OAC que ajudaram a compreender os públicos “das bibliotecas públicas e das suas leituras, das mostras e galerias de artes, do teatro, das discografias, de diferentes atividades de lazer e divertimento, os públicos da ciência” (Oliveira, 2004, p. 147). Todavia, outros trabalhos têm surgido nesta área nomeadamente dissertações de mestrado e doutoramento em diversas disciplinas (marketing, psicologia, comunicação e afins), e projetos de investigação realizados por equipas de sociólogos.

Em relação aos estudos de públicos de museus em Portugal destaca-se o trabalho de Jorge Santos e José Neves, enquanto investigadores da OAC, sobre os museus municipais de Cascais (Santos e Neves, 2005). Este foi um estudo sistemático onde foi feita uma análise a partir da consulta de fontes documentais, como por exemplo estatísticas de entradas de visitantes, de entrevistas e de um inquérito por questionário aos públicos de 3 espaços museológicos³ por eles implementado. Assim foi possível caracterizar, comparativamente, os diferentes públicos dos museus em estudo.

Grande parte dos estudos são baseados em métodos quantitativos. No quadro dos estudos de públicos em museus em Portugal baseados em métodos qualitativos destaca-se a dissertação de mestrado de Ana Rita Coelho (2008) sobre o público-não escolar do Pavilhão do Conhecimento. A autora entrevistou uma amostra diversificada de visitantes de modo a

³ Estudaram os públicos do Museu Condes de Castro Guimarães, do Museu do Mar – Rei D. Carlos, do Forte de São Jorge de Oitavos e do Museu da Música Portuguesa e ainda da exposição temporária “Michel Giacometti, caminho para um museu” que esteve patente no último museu referido.

caracterizar os seus perfis, identificar as suas motivações e analisar os seus comportamentos e apreciações.

Tendo em conta os estudos de públicos realizados em Portugal, Ana Santana (Santana, 2010, pp. 34-35) salienta 5 características:

- a) Poucos são os trabalhos encomendados pelos museus e os resultados não são apresentados publicamente, o que revela não serem encarados como instrumentos de gestão e programação.
- b) Os museus não têm profissionais preparados para fazer este tipo de trabalho e por isso aliam-se a universidades
- c) Apreensão relativamente aos estudos desenvolvidos no meio académico
- d) Só uma pequena parte dos estudos é que apresenta a avaliação das exposições, atividades ou programas educativos.
- e) Verifica-se um “esforço em incrementar uma prática regular de análise sobre os dados estatísticos correspondentes ao registo de visitantes como primeiro passo para a concretização de um estudo mais profundo e direto sobre os públicos”.

Helena Santos (Santos H. , 2008, p. 83) é da opinião de que ...

Em Portugal, apesar do que se tem produzido sobre as práticas culturais, estamos longe de um conhecimento aprofundado, sistemático e integrado (nacional e sectorial) dos públicos e das práticas culturais, capaz de enformar, no interior das instituições culturais e na ação política, desenhos estratégicos sustentados pelas ‘realidades’ a que se dirigem⁴.

Por exemplo, apesar de haver dados estatísticos que indicam que as famílias integram uma parte considerável dos visitantes, como os que foram referidos anteriormente, até à data ainda não foram realizados quaisquer estudos de públicos em Portugal dedicados exclusivamente a este segmento de público que visita os museus. Esta é uma lacuna que a presente dissertação procura colmatar

2.2. Estudos de públicos em família em museus

2.2.1. Definição de estudos de públicos em família, objetivos gerais e evolução histórica

⁴ Pode-se consultar uma síntese do caso dos museus em (Neves J. S., 2004, pp. 235-238).

Numa investigação sobre famílias, podem-se analisar diversas variantes: valores e prioridades, formação e/ou dissolução da família, diversidade cultural, tempos livres, regras, as relações entre gerações, o turismo, a educação ou a aprendizagem. E um estudo de públicos em família abrange a maioria destas variantes (Sterry e Beaumont, 2006, p. 223) mas não só.

Como foi referido anteriormente, os museus desde a segunda metade do século XX também desenvolvem uma função educativa para a comunidade. De modo a que os museus possam oferecer os serviços mais adequados à comunidade onde se inserem, nomeadamente às famílias, é importante conhecerem diversos aspetos desta mesma comunidade: atitudes, motivações, aprendizagens, perceções, culturas e experiências. Para além disso fazer estudos de públicos faz parte da responsabilidade social dos museus. Segundo a Lei Quadro dos Museus Portugueses⁵ “O museu deve realizar periodicamente estudos de público e de avaliação em ordem a melhorar a qualidade do seu funcionamento e atender às necessidades dos visitantes”. Portanto, fazer estudos de públicos não é apenas uma necessidade mas também um dever dos museus portugueses.

Os estudos de públicos de famílias em museus visam investigar vários aspetos dos grupos em família: como os adultos e as crianças de um grupo em família, como...

Se relacionam e interagem em exposições; o tempo gasto nos módulos expositivos; relações com o espaço; conversas entre membros do grupo; comportamentos de adultos e crianças com relação ao material exposto; ganhos cognitivos e afetivos; aprendizado; comportamentos diferenciados conforme o sexo do indivíduo; o planeamento e expectativas relacionados à visita ao museu (Studart, 2005, pp. 56-57).

Estes estudos sofreram um impulso positivo nos últimos anos. No início do século XXI surgiu um conjunto de estudos sobre visitas em famílias em museus que tornaram este um tema recorrente – (Cox, Lamb e Orbach, 2000), (Sterry e Beaumont, 2006), (Studart, 2005), (Wu, 2007), (Choya, 2008), (Cordier e Serre, 2000), (Anne Jonchery, 2008 e 2014) entre outros.

Os estudos sobre visitas de famílias a museus tiveram origem nos EUA e foram ampla e sistematicamente disseminados através de publicações e conferências internacionais (Sterry e Beaumont, 2006, p. 223). Deu-se um aumento deste tipo de estudos na Europa, tendo como

⁵ Lei n.º 47/2004, de 19 de agosto, artº 57.

modelos aqueles feitos nos EUA, onde os estudos de públicos de famílias estão mais desenvolvidos.

Desenvolveram-se vários estudos de públicos de visitas em família em diversas temáticas museológicas – museus de ciência (Ellenbogen, 2002), de história (Diamond, 1989) e de arte (Studart, 2006) – no entanto, os estudos em museus de ciências estão muito mais representados do que nos restantes tipos de museus⁶, nomeadamente os de arte ou antropologia (Sterry e Beaumont, 2006, p. 233).

As pesquisas, na maior parte dos casos, tentaram perceber o que é que as famílias aprenderam com a exposição que visitaram e fizeram os seus estudos através de observações, entrevistas, análises de conversas e testes cognitivos (Choya, 2008, p. 8).

Várias são as perspetivas de interesse das pesquisas sobre as famílias nos museus. Estas têm investigado sobre o comportamento das famílias, os motivos que as levaram aos museus, os modos como aprendem, o que é que aprendem e o papel dos adultos durante a visita, sendo que a maioria dos estudos realizados incide sobre os comportamentos das famílias e as suas aprendizagens (*family learning*”).

2.2.2. Definir família no contexto museológico

As novas formas de famílias, como casais homossexuais ou famílias uni-parentais, são cada vez mais frequentes. E também é emergente o facto de o número de elementos das famílias ser cada vez mais reduzido, e de estas se formarem cada vez mais tarde, no entanto as implicações destas novas famílias não foi investigado neste trabalho. A atribuição de uma definição à família no contexto museológico não tem sido exatamente a mesma e tem-se revelado uma tarefa complicada: “A composição dos grupos familiares é extremamente diversa e difícil de definir” (Sterry e Beaumont, 2006, p. 231). O aspeto comum entre todas as definições é que as famílias são consideradas grupos multigeracionais, como se pode ver de seguida.

Para Borun (1995, p. 124) uma família era uma unidade de visita multigeracional com 6 membros no máximo, e com pelo menos um adulto e uma criança com a idade compreendida

⁶ Sobre tipos de museus e suas definições, adotados no âmbito das estatísticas oficiais (o INE) mas referenciados à tipologia da UNESCO/ICOM – ver Neves, Santos e Lima (2013, p. 211).

entre os 5 e os 10 anos. Dierking (1992, p. 215), por sua vez, considerou a família como um grupo social composto por pelo menos um adulto e uma criança. A autora não referiu qualquer relação sanguínea entre os membros da família pois estava consciente da eminência de famílias monoparentais, misturadas, alargadas e coo-parentais. Hilke (1989), na sua investigação, definiu família como um grupo multigeracional com, no máximo, dois adultos e duas crianças. Falk (1991) concluiu que as famílias teriam de ser compostas no mínimo por um adulto e uma criança, e no máximo por quatro adultos e cinco crianças. E para Diamond (1986, p. 141), apenas eram estudadas as famílias com três ou quatro membros, que tivessem pelo menos um adulto e uma criança entre os 2 e os 28 anos de idade. Nestas investigações não era averiguado o parentesco entre os membros dos grupos. De forma geral, todos os autores mencionados concordaram com o facto de a família ser um grupo de indivíduos que têm relações fortes e contínuas.

Conhecer a composição das famílias que visitam os museus é um aspeto importante no desenvolvimento de programas museológicos pois indica algumas das razões da visita e as necessidades do grupo (Borun, 1996). Com esse intuito foram identificadas, ao longo do desenvolvimento dos trabalhos previamente mencionados, diferentes modalidades de acompanhamento dentro de cada grupo familiar: a família nuclear, os avós com os netos, as três gerações, um dos pais (divorciados ou não) com as suas crianças, famílias compostas (casais com filhos de pais diferentes), jovens casais, irmãos, entre outros.

2.2.3. Práticas das visitas em família

A frequência dos museus aumenta à medida que se eleva o nível de instrução, (Bourdieu e Darbel, 2003 [1969]; Jonchery e Biraud, 2014). As práticas culturais das famílias destas classes exercem uma forte influência sobre as suas crianças (Bourdieu e Darbel, 2003 [1969], p. 106):

A parcela dos visitantes que afirmam ter vindo a um museu pela primeira vez com a família cresce fortemente à medida que se sobe na hierarquia social (ou seja, 6% dos agricultores, 18% dos operários e as classes médias e 30% dos quadros superiores). Nota-se que estas diferenças ainda se encontram minimizadas porque a parcela dos visitantes que afirmam ter feito sozinho a primeira visita (com ou sem razão e, em todo caso, sem que isso signifique que eles não tivessem recebido a influência difusa ou as incitações formais de sua família) cresce à medida que se avança em direção às classes mais favorecidas. A primeira visita é sempre tanto mais precoce quanto mais elevado for o nível de instrução; neste caso, a parcela dos visitantes que entraram em um

museu antes de completarem quinze anos, passa de 26% entre os 'visitantes oriundos das classes populares (cuja primeira visita está, muitas vezes, associada ao turismo) para 37,5% nas classes médias, mais fortemente tributárias da Escola, para atingir 56% nas classes superiores.

Geralmente os filhos têm tendência a ter um nível cultural igual ou superior ao dos seus pais. Os casais cujo nível escolaridade seja elevado, têm mais tendência a frequentar museus e a transmitir esse hábito aos seus filhos. Portanto, no geral, as famílias que visitam museus são mais elitistas mas ainda assim encontram-se algumas diferenças sociais entre os visitantes de museus com diferentes áreas temáticas (Jonchéry, 2008, p. 8): os museus de ciências são os menos elitistas, recebendo famílias com categorias socioprofissionais heterogêneas; os museus de arte são frequentados sobretudo por famílias elitistas; e os museus de história são visitados por pessoas com cursos superiores mas também por outras menos escolarizadas.

Então, se os museus são maioritariamente frequentados por famílias de categorias socioprofissionais elevadas, será que baixar o preço dos ingressos será o suficiente para democratizar o seu acesso? Comparando a classe social das famílias que visitaram os museus nos períodos de gratuidade, Bourdieu e Darbel (2003 [1969], pp. 42-44) verificaram que a quantidade de famílias decresce à medida que se sobe na hierarquia social, o que significa que quando a entrada é gratuita os museus são mais visitados por famílias de classe menos elevada.

No entanto, o valor do ingresso (quando não é gratuito) não é o único aspeto desfavorável para as famílias na visita a museus. Estas enfrentam ainda, por exemplo, as despesas associadas ao transporte, as filas intermináveis (especialmente nas exposições mais importantes), a dificuldade nos acessos com carrinhos de bebés (rampas ou elevadores), a carência de atividades que mantenham as crianças ocupadas, os dispositivos não adequados à estatura das crianças (Kotler e Kotler, 2008 [2001], pp. 313-315; Sterry e Beaumont, 2005, p. 12; Wu, 2008). Cabe a cada museu reduzir estes incómodos e criar as condições necessárias para receber as famílias, adaptando os seus espaços e serviços⁷.

A frequência da visita das famílias aos museus tem uma dimensão cíclica, variando segundo a época do ano e também a fase de desenvolvimento da família. Durante as férias

⁷ Em Kotler e Kotler (2008 [2001], p. 314) é apresentado um conjunto de medidas que os museus podem tomar para receber as famílias: ajudar a reduzir os custos relacionados como por exemplo proporcionando estacionamento mais barato ou gratuito ou fornecendo uma lista dos parques mais próximos, reduzir os tempos de espera das filas, oferecer boas instalações para comer e descansar, fornecer carrinhos para as crianças e outras medidas similares que contribuem para aumentar a satisfação dos visitantes.

escolares vários investigadores registaram um aumento considerável do número de visitas deste tipo de público (Hood, 1993; Bourdieu e Darbel, 2003 [1969]). A prática das visitas em família está muitas vezes balizada pela idade das crianças que a compõem e ritmada pelos fenómenos de ruptura no desenvolvimento da família como o nascimento de crianças (Jonchéry, 2008). As primeiras visitas das crianças a museus com a família é muitas vezes a museus de ciência, sendo considerados pelos adultos mais adequados às crianças. Só depois é que começam a frequentar museus de arte. As práticas familiares e os modos de visita vão se modificando de acordo com o desenvolvimento e as mudanças no grupo familiar.

2.2.4. Motivos das famílias para visitarem museu

Se as famílias vão a museus por uma questão de sociabilidade ou de aprendizagem é uma vertente de pesquisa que tem sido discutida por vários autores (Blud, 1990; Borun, 1995 e 1998; Dierking 1992; Cordier e Serre, 2000; Falk e Dierking, 2000; Hein, 2001; Hood, 1993; McManus, 1994; Pfrommer, 2002; Jonchéry, 2008).

A sociabilidade é um dos grandes motivos que leva as famílias aos museus (Jonchéry, 2008, p. 9). A organização da vida quotidiana, o ritmo que lhe é imposto e a conciliação entre os momentos sociais e profissionais explicam a ânsia pelo convívio: “a raridade dos momentos passados em família gera exigências de qualidade”. A sociabilidade, que por vezes é o motivo exclusivo da visita, é associado pela maioria das famílias à noção de experiência partilhada e de diálogo, onde a exposição é o suporte (Cordier e Serre, 2000, p. 264). Nos museus as crianças comportam-se de modos diferentes em relação ao espaço doméstico e assim a visita ao museu torna-se uma oportunidade de os pais conhecerem melhor os seus filhos (interesses e aspetos da sua identidade). Por exemplo, os investigadores da PISEC, que estudaram os visitantes de 4 museus de Filadélfia durante 3 anos, concluíram que as famílias gostam de ir a museus porque estão a fazer algo em conjunto (AAVV, 1998). Também Hood (1993) concorda com esta teoria pois verificou que as famílias dão bem mais importância às interações sociais do que à oportunidade de aprendizagem ou seja, o que as famílias procuram num museu é partilhar experiências em conjunto.

A aprendizagem, ou educação, é outro dos motivos que leva as famílias até aos museus. O museu é considerado pela maioria dos visitantes, e também pelos não visitantes, um lugar de

conhecimento (McManus, 1994). Nos museus assiste-se a uma aprendizagem informal ao contrário do ensino nas escolas, que é formal (Borun M., 2008, p. 6; Delicado, 2013, p. 44). A aprendizagem informal “processa-se fora da esfera escolar e é veiculada pelos museus, meios de comunicação e outras instituições que organizam eventos de diversa ordem, tais como cursos livres, feiras e encontros, com o propósito do ensinar ciência a um público heterogêneo” (Chagas, 1993, p. 52). E um dos contextos onde os investigadores e educadores mais têm estudado sobre a aprendizagem informal é em museus. Quando questionadas acerca dos seus motivos algumas famílias não mencionam a aprendizagem porque associam esta à escola (Dierking, 1992, p. 218). Dierking (1992) defende que as famílias vão aos museus sobretudo para aprenderem porque frequentemente os adultos tomam uma atitude explicativa perante as crianças. No entanto o autor observou que estas mesmas famílias nem sempre vão aos museus com a intenção consciente de que vão aprender, referindo apenas que querem passar algum tempo agradável em conjunto. Já Jonchery e Biraud (2014, pp. 89-90) são da opinião de que para os pais os seus motivos são claramente pedagógicos. Esta estratégia corresponde às mudanças de padrões de reprodução social que surgiram ao longo do século XX: o diploma escolar atribui valor social ao indivíduo e por isso os pais procuram estimular o sistema cognitivo dos filhos levando-os a museus, assim como a outros espaços culturais, para que eles obtenham sucesso escolar (Singly, 2007).

As motivações educativas estão articuladas com as intenções de proporcionar satisfação às crianças e de contribuir para o seu desenvolvimento pessoal, descobrindo os seus interesses e assim construindo a sua identidade: “ao visitar os museus os pais procuram agradar a criança e promover o seu desenvolvimento pessoal” (Jonchery e Biraud, 2014, p. 90).

Na verdade as famílias não apresentam apenas um motivo para a sua visita. Os vários motivos são conciliáveis como comprovaram diversos investigadores, nomeadamente McManus (1994). O autor afirma que as famílias querem ir a museus para, simultaneamente, se entreterem, sociabilizarem entre eles e aprenderem algo. Visitam a exposição em conjunto e interagem entre si, divertindo-se e aprendendo de forma informal, mas não por isso menos eficaz.

A sociabilidade e a aprendizagem são conseguidos principalmente em exposições interativas. Este tipo de exposições permite que as famílias façam algo em conjunto de forma divertida e o que lá aprendem pode ser consolidado entre eles fora do museu (Dierking, 1992, p.218). Devido às características destas exposições as famílias, sobretudo as crianças, estão

mais predispostas a visitar museus de ciências, que é onde se encontram mais exposições interativas (Sterry e Beaumont, 2006, p. 225). Para além disso, as crianças estão mais predispostas a visitar museus de ciência precisamente porque a maioria destas instituições está direcionada a este tipo de público, o público escolar (Delicado, 2013).

Por outro lado, é importante mencionar que a frequência das famílias a museus assim como qualquer outra prática cultural, estão de certa forma articuladas com o nível cultural do país onde vivem.

Considerando a parte que pode caber à família na transmissão da cultura artística, compreende-se que a prática cultural e, mais ainda, a competência artística e as atitudes em relação às obras culturais estejam estreitamente associadas ao capital cultural nacional (Bourdieu e Darbel, 2003 [1969], pp. 66-67).

Resumidamente, o divertimento enquanto um grupo social e a experiência informativa e educacional são os motores que levam as famílias aos museus. Estes são dois fatores a ter em conta na programação de uma exposição cujo público-alvo seja as famílias.

2.2.5. Características dos comportamentos das famílias no contexto museológico

As famílias em museus têm comportamentos diferentes dos outros grupos de visitantes como por exemplo os grupos escolares, e tendo em conta a literatura existente sobre o assunto, esses comportamentos são previsíveis (McManus, 1994). Depois de observarem os comportamentos das famílias, alguns autores identificaram comportamentos-padrão (Bourdieu e Darbel, 2003 [1969]; Falk e Dierking, 2000; Diamond, 1986; Hilke, 1989; Studart, 2005; Cordier e Serre, 2000).

Um dos fatores que determina os comportamentos das famílias em museus está relacionado com a frequência das visitas realizadas ao mesmo museu (Falk e Dierking, 2000). Quem visita um museu pela primeira vez faz uma visita mais demorada pois quer ver tudo, enquanto aqueles que repetem a visita nem sempre veem a exposição toda e por isso demoram menos tempo. No entanto, a duração da visita também está relacionada com o nível de escolaridade dos visitantes (Bourdieu e Darbel, 2003 [1969]): o tempo despendido em cada exposição aumenta à medida que o nível de instrução se eleva.

Por outro lado, os comportamentos também divergem consoante a modalidade de acompanhamento da família – nomeadamente as nucleares (pais e filhos) comportam-se de maneira diferente das não nucleares (Diamond J. , 1986, pp. 145-148). Ao longo da visita os comportamentos também se vão alterando (1986, p. 145): as interações sociais, as leituras e as descrições verbais entre os elementos da família vão sendo cada vez menos à medida que o tempo em que permanecem na exposição aumenta.

A duração de uma visita também é influenciada pela idade das crianças que compõem o grupo familiar (Dierking, 1987): os adultos dão mais atenção às crianças mais novas (até aos 9 anos de idade) do que às mais velhas, explicando-lhes o que veem e/ou ajudando-as a manipular os módulos/dispositivos, e assim permanecem mais tempo nas exposições. Os comportamentos das crianças também diferem consoante o sexo (Studart, 2005, p. 68): as crianças do sexo feminino preferem manipular os módulos com alguém, enquanto as do sexo masculino são mais independentes. É por isso que são os meninos quem prefere as exposições interativas, mais do que as meninas.

A temática dos museus também determina o comportamento das famílias que os visitam. Sicard (2001) observou os públicos do Grand Palais de Paris que abriga dois museus com conteúdos bem diferentes: o Grand Palais, com obras de arte, e o Palais de la Découverte, com experiências e maquetes científicas. No museu de arte as pessoas ficavam diante dos objetos museológicos e as palavras trocadas entre elas eram poucas e em voz baixa, enquanto no museu de ciência o espanto dos visitantes dava aso a explicações entre eles em voz alta e as demonstrações tornavam-se mais importantes do que os objetos. Os museus de ciência, nomeadamente os zoos, são mais apreciados e visitados pelas famílias por serem locais divertidos, intelectualmente estimulantes e agradáveis (Almeida A. , 2005, p. 44). Como foi referido anteriormente, os visitantes dos museus de arte são, no geral, mais cultos do que os de ciências. Este fator também interfere com o comportamento dos visitantes. Nos museus de arte “os visitantes menos cultos sentem-se menos inclinados, de facto, a recorrer ao guia ou ao conferencista (quando estes existem) por terem receio de revelar a sua incompetência” (Bourdieu e Darbel, 2003 [1969], pp. 86-87), contentando-se em ler as legendas discretamente, e deste modo não correm o risco de mostrar a sua falta de conhecimento, enquanto as classes mais cultas não têm essa preocupação.

Em qualquer um dos tipos de museu, as famílias ocupam entre 15 a 20% do tempo da visita com interações e conversas que não estão relacionadas diretamente com a exposição mas sim, por exemplo, com as necessidades das crianças (Falk e Dierking, 2000).

Diamond (1986) foi uma das primeiras investigadoras a estudar o comportamento das famílias em exposições, tendo como enfoque a aprendizagem (se existia ou não, e de que modo se concretizava). Estudou as visitas em família no Exploratorium e no Lawrence Hall of Science na Califórnia. A autora acompanhava as famílias durante a sua visita, do início ao fim, onde registava os seus comportamentos usando um método quantitativo: identificou vinte e um comportamentos diferentes, relacionados com a aprendizagem, entre as famílias, e analisou as suas frequências. Entre os comportamentos relativos à aprendizagem dos visitantes (quando um membro da família ensinava algo a outro membro) – mostrar, dizer, chamar, descrever, questionar, ler gráficos e ler em voz alta – os mais comuns entre as famílias eram o “mostrar” e o “dizer”, e verificava-se sobretudo da parte dos adultos para as crianças.

Dizer e mostrar podem funcionar de variadas formas numa exposição. Servem para atrair outros membros da família para a exposição, para orientar as crianças na manipulação dos módulos da exposição, e para aumentar o tempo em que a criança consegue permanecer na exposição (1986, p. 148).

Por sua vez, Hilke (1989, pp. 120-121) discorda parcialmente de Diamond ao defender que, nas visitas a exposições, a diferença de comportamento dos adultos para as crianças é subtil – os adultos não dominam a visita tentando ensinar algo às crianças. Ao analisar as pequenas diferenças nos comportamentos dos adultos e das crianças, verificou que os adultos fazem comentários mais interpretativos e tentam proporcionar momentos de aprendizagem para as suas crianças.

2.3. Metodologias utilizadas em estudos de públicos em museus

Como foi referido anteriormente, o tema mais comum da investigação sobre famílias em museus é sobre a aprendizagem em museus de ciências. Nestes estudos foram usados tanto métodos qualitativos como quantitativos, sendo que os qualitativos são cada vez mais valorizados (Sterry e Beaumont, 2006, pp. 223-224). Entre os estudos mais inovadores os dados foram recolhidos através da análise de discursos (Borun, Cleghorn, e Garfield, 1995), gravações

vídeo e áudio (Gutwill-Wise, 2002), entrevistas (Callanan, Jipson, e Soennichsen, 2002) e desenhos (Studart, 2005; Adams, 1999).

Um método também inovador e pouco utilizado nos estudos de públicos em museus é a análise dos comentários dos Livros de Visitante (McDonald, 2005), apesar de a grande maioria dos museus disponibilizar este documento aos visitantes. A análise do Livro do Visitante é relevante sobretudo para complementar outros dados recolhidos ou até mesmo para auxiliar outras técnicas de pesquisa. Sharon McDonald (2005) estudou os públicos do Centro de Documentação do Nazy Party Rally Ground e uma das técnicas de recolha de dados foi analisando o Livro do Visitante. A partir desta fonte de pesquisa a autora adquiriu pistas para a conceção de guiões de entrevistas a visitantes assim como conseguiu complementar informações que a observação participante não forneceu como por exemplo o *feedback* da visita.

Existem menos estudos de públicos em museus de arte (relativamente aos museus de ciência) pois estes enfrentam obstáculos acrescidos: dificuldade intrínseca em delinear sentimentos, impressões e percepções pessoais (Wright, 1989). As famílias têm sido estudadas em museus de arte sobretudo em situações específicas (McDonald, 1993): quando o público-alvo de determinada exposição são as famílias ou quando as famílias representam a grande maioria dos visitantes de uma exposição. Tal como nos estudos de públicos em museus de ciência, nos museus de arte também são aplicados métodos de várias disciplinas, nomeadamente da etnografia, da antropologia e da psicologia. Segundo Dimaggio (1996, p. 86) os estudos de públicos em museus de arte não têm utilizado métodos suficientemente experimentais, observacionais e interpretativos. Falta-lhes responder a uma série de questões associadas às relações do visitante com o espaço expositivo, os objetos e os outros.

Anne Jonchéry é uma investigadora francesa cujos trabalhos mais recentes estão relacionados com os estudos de famílias em museus. A autora defende que, metodologicamente, a articulação das pesquisas qualitativas e quantitativas permite identificar os fenómenos globais da sociedade assim como as práticas individuais das famílias:

A pesquisa quantitativa faz uma fotografia da frequência da família e das suas características, fotografa uma realidade social de uma instituição museológica sobretudo estatística. A pesquisa qualitativa permite registar a realidade das relações individuais e faz emergir a riqueza e a mobilidade das práticas (Jonchéry, 2008, p. 12).

A mesma teoria é defendida por Hedge ao afirmar que para um estudo de públicos em museus é importante a aplicação de uma combinação de métodos:

...a experiência museológica deveria ser conceituada e analisada como uma experiência holística (...). A investigação desta experiência holística necessita de um método de investigação multifacetado, capaz de aceder tanto as dimensões afetivas, como o prazer e a satisfação, quanto as dimensões cognitivas, como a clareza da informação e subsequente lembrança da experiência vivenciada (Hedge, 1995, p. 116).

Tal como Hedge, vários são os investigadores das ciências sociais que concordam com a utilização de métodos combinados (triangulação) nos estudos de públicos em museus pois os resultados são mais confiáveis e para além disso podem ser cruzados por meio de diferentes instrumentos de pesquisa (Adler e Adler, 1994, p. 382; Frankfort-Nachmias e Nachmias, 1996, pp. 204-205; Sterry e Beaumont, 2006, pp. 231-232). No caso específico do estudo da interação entre os membros das famílias vários autores (Kerig e Lindahl, 2001; Forbes, Vuchinich, e Kneedler, 2001) indicam a observação como o método mais indicado pois permite aceder às relações entre os indivíduos e, para além disso, também fornece uma ferramenta essencial para registar as características comportamentais das famílias (Forbes, Vuchinich, e Kneedler, 2001).

Investigadores da área dos estudos de visitas em família a museus têm adaptado frequentemente métodos criados para a investigação noutras disciplinas. Estas circunstâncias trazem desafios metodológicos para os investigadores, pois ainda não foi totalmente aceite uma estratégia metodológica nem nenhum conjunto de métodos para investigar visitas em família (Sterry e Beaumont, 2006, p. 223). Até à atualidade foram usados diversos métodos em estudos de visitas em família a museus, com diversos objetivos e aplicações: (Cox, Lamb, e Orbach, 2000) (Adams, 1999) (Diamond J. , 1989) (Studart, Museus e famílias: percepções e comportamentos de crianças em exposições para o público infantil, 2005).

Entre 1997 e 2000 foi conduzida uma análise qualitativa das atividades dirigidas a famílias em três espaços da Tate Gallery (Cox, Lamb, e Orbach, 2000). A amostra era composta por 90 adultos e os dados foram recolhidos através de pequenas entrevistas, entrevistas em profundidade, e observações. O estudo tinha como objetivo tomar conhecimento sobre as interações entre as famílias durante as atividades, sobre o que aprendem e os modos com que aprendem, e sobre como a família funciona enquanto unidade social nas galerias.

O estudo de Adams (1999) no Institute for Learning Innovation teve como objetivo analisar as reações do público escolar e do público em família às galerias de arte interativas. A

amostra era composta por 36 adultos e 36 crianças e os dados foram recolhidos através dos seguintes métodos: leitura de documentos, observação direta, entrevistas desenhos e textos das crianças e *personal meaning mapping* (PMM). O PMM é uma técnica que avalia os efeitos sobre a aprendizagem de uma determinada experiência como por exemplo de uma visita a uma exposição ou a um museu, partindo do pressuposto de que o visitante é um participante ativo na construção da sua compreensão da exposição que visitou, e tem sido aplicada tanto em museus/exposições de carácter científico como artístico (Delicado, Cortez, Vala, Gago, e Casaleiro, 2010, pp. 13-15).

Esta técnica permite vários procedimentos de análise de dados: a apreciação qualitativa do PMM individual, a identificação de padrões em conjuntos de PMM, a avaliação das alterações provocadas pela experiência, através da comparação entre o PMM inicial e final (vocabulário, categorias conceptuais, conceção de conjunto do tema, expressão emocional), a codificação e o tratamento estatístico (Adams, Falk e Dierking, 2013:17 citados por Delicado, Cortez, Vala, Gago, e Casaleiro, 2010).

No final dos anos 80 Diamond (1989) investigou os comportamentos das famílias no Exploratorium e no Lawrence Hall of Science, na Califórnia, e as respetivas reações às exposições. Estudou 14 famílias em cada museu e os dados para a investigação foram adquiridos sobretudo através da observação da visita destas famílias e no final da visita fazia uma pequena entrevista ao grupo. A investigadora indicou que “as técnicas usadas para observar as famílias são similares àquelas usadas nos estudos dos comportamentos dos animais selvagens” (Diamond J. , 1989, p. 140). Esta fez uma observação etnológica que envolveu um registo sistemático das ocorrências, dos comportamentos constantes, e uma análise quantitativa da frequência dos comportamentos.

Um dos trabalhos de Denise Studart (2005) teve como objetivo estudar as perceções e os comportamentos das famílias em exposições dirigidas ao público infantil. Para o efeito desenvolveu o seu estudo paralelamente em dois museus ingleses (no National Maritime Museum e no Science Museum) e num canadiano (no The Museum for Children). Ela procurou compreender os aspetos mais valorizados pelas famílias e investigou de que maneira o *design* dessas exposições pôde afetar os seus comportamentos nesses espaços. Também procurou saber se as famílias encaravam as visitas mais como momentos de diversão e entretenimento ou de aprendizagem, e de que forma é que a experiência museológica em família afetou as crianças. Os métodos utilizados foram: entrevista presencial, com perguntas abertas e fechadas, logo após

o final da visita, aos adultos e às crianças das famílias em estudo separadamente; desenhos das crianças sobre o que mais gostaram na exposição; e observações indiretas das interações das famílias em espaços específicos. Studart entrevistou a 150 famílias (totalizando 300 indivíduos), observou 450, e recolheu 120 desenhos infantis.

Em Portugal ainda não se registam estudos de públicos em museus focados nas famílias mas há um que se aproxima, realizado por Ana Rita Coelho (2008), onde se estudaram as experiências museológicas dos públicos não-escolares do Pavilhão do Conhecimento. É um estudo aproximado dos estudos de públicos sobre a experiência museológica das famílias pois, como a autora comprova, grande parte do público não escolar é composto por famílias. No entanto, uma preocupação importante do estudo era analisar a articulação da cultura científica dos visitantes com a sua experiência de visita a este museu de ciência. Este estudo explorou três dimensões de análise – as trajetórias de vida dos visitantes, os motivos que os levaram ao museu e as suas experiências de visita – sendo que as duas primeiras auxiliaram na compreensão da última. Este foi um estudo qualitativo baseado sobretudo em entrevistas. A autora, através de um pequeno questionário aos visitantes selecionou aqueles que lhe interessava entrevistar de modo a conseguir uma amostra diversificada.

Estes exemplos ilustram o desenvolvimento das metodologias no campo de investigação das visitas, nomeadamente em família, a museus.

3. ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

3.1. Objeto de estudo e modelo de análise

Antes de apresentar o modelo de análise é fundamental apontar com rigor qual é o objeto de estudo. Nesta dissertação pretendeu-se investigar as visitas em família a museus, e estudou-se o caso do ME.

Se o objeto de estudo desta investigação são as famílias então torna-se necessário delimitar o conceito de família aqui aplicado. Para este estudo foram consideradas famílias todos os grupos de visitantes compostos no mínimo por dois elementos, tendo um deles obrigatoriamente até 14 anos de idade inclusivamente. Foi este o escalão de idade definido pois é o mesmo que é estabelecido pelo ME nas categorias de ingresso para as crianças para visitarem exposições.

Na fase inicial (inquérito por questionário) todas as famílias foram consideradas na pesquisa pois procurou-se precisamente ter uma visão geral e ampla das visitas em família a museus – não apenas as que os frequentam assiduamente mas também os que fazem visitas esporádicas. Estudaram-se tanto as famílias que têm por hábito visitar museus como aquelas que o fizeram de forma pontual, que é para também captar as exceções estatísticas, como por exemplo quando os adultos do grupo familiar têm baixos níveis de escolaridade. Este questionário foi uma fonte de dados através da qual foi feita uma análise quantitativa inicial dos visitantes em família.

O modelo de análise seguiu de perto o de Ana Rita Coelho (2008) no seu estudo sobre o público não-escolar do Pavilhão do Conhecimento. Nesse modelo de análise são exploradas três dimensões: as trajetórias de vida dos visitantes, os contextos das visitas e as experiências das visitas. Todavia, o estudo presente trabalha sobre uma segmentação específica do público não-escolar e num museu diferente, e por esse motivo tiveram, naturalmente, de ser feitas algumas adaptações a este modelo de análise: as três dimensões de análise mantiveram-se (quadro 2) mas, as sub-dimensões e os indicadores sofreram algumas alterações.

Numa primeira dimensão analisam-se as trajetórias biográficas ou seja, remonta-se aos contextos de socialização das famílias e aos seus contactos com a cultura museológica. Como a sociologia tem demonstrando os indivíduos não chegam a museus como folhas em branco: as suas experiências de vida são suscetíveis de influenciar a experiência da visita e a respetiva

apreciação (Falk e Dierking, 2000). Assim procurou-se captar “um conjunto de conhecimentos, interesses, competências, crenças, atitudes e experiências prévias” dos elementos das famílias, “as quais combinadamente podem afetar não apenas o modo como eles vivem a visita a uma exposição mas também que sentido lhe atribuem” (Coelho, 2008, p. 28). Mas também aqui interessa conhecer os aspetos que definem agregado familiar: informação sociodemográfica (sexo, idade, escolaridade, profissão e situação na profissão, estado civil, composição e relações de parentesco entre os vários elementos, número de filhos e suas idades), práticas culturais (o que costumam fazer em conjunto) e visita a museus (quando, a quais, com que frequência, preferências temáticas). Trata-se então de ter em conta não só o presente mas também o passado, assim como a pluralidade dos contextos sociais onde as famílias se inserem, para se descobrir os motivos que levaram os adultos a ir ao museu com as suas crianças.

Quadro 3 - Modelo de análise.



A partir de Coelho (2008).

A segunda dimensão da análise está relacionada com o contexto da visita, onde se distingue o contexto físico, o contexto temporal e social, e as intenções da visita. O contexto físico engloba tanto a exposição como o edifício do museu e os seus arredores ou seja, trata do ambiente no qual se dá a interação. O ambiente onde cada sujeito se encontra define o seu comportamento, e é por isso que não agimos da mesma maneira estando por exemplo na praia, na escola, numa igreja ou num museu. Em cada espaço “incorporamos regras sociais e assimilamos a forma como devemos agir” (Coelho, 2008, p. 30). Mas mesmo entre os museus o ambiente não é sempre o mesmo pois variam entre os de carácter mais expositivo e os mais interativos, os de ciências e os de artes (Sicard, 2001). O contexto temporal e social está

relacionado com o dia da semana em que decorre a visita, as pessoas que compõem o grupo de visita, e os contactos estabelecidos não só com os restantes elementos do grupo mas também com outros indivíduos como por exemplo os funcionários da instituição. E por fim as intenções da visita, que se prendem aos motivos que levam a família a visitar o museu ou seja, quais os motivos em concreto, as razões e as expectativas ao irem ao museu.

A terceira e última dimensão prende-se com a experiência da visita. Trata-se da análise da relação das famílias com o museu e as exposições durante a visita, isto é, os percursos (que exposições escolheram ver, por que razões), as interações com o espaço e também entre elementos de gerações diferentes (que módulos manipularam, se andaram sempre juntos durante a visita), a duração da visita (onde passam mais tempo e porquê), os comportamentos (qual a atitude das diferentes gerações, quem lidera a visita, a diferença de comportamento entre as exposições), as formas de aquisição de conhecimento (se leem os textos explicativos, quem lê, se alguém na família toma uma posição mais explicativa e por que razões), e as apreciações (satisfação da visita e respetivas motivações).

Através deste modelo pretende-se “identificar diferentes experiências de visita e de interpretá-las partindo dos elementos enunciados em relação às duas primeiras dimensões” ou seja, “tentar-se-á perceber a forma como as duas primeiras dimensões influenciam a terceira dimensão” (Coelho, 2008, p. 32): como as características sociodemográficas de uma família e um determinado contexto situacional, que neste caso é o ME, influenciam a experiência da visita do grupo.

3.2. Estratégia metodológica

Este é um estudo essencialmente qualitativo e a metodologia central baseou-se na entrevista. As entrevistas permitiram captar as subjetividades da experiência da visita assim como reconstituí-la. Paralelamente às entrevistas também foram adotados outros 3 métodos de recolha de dados – observação, análise de documentos e um questionário (quadro 3).

Procurou-se compreender e interpretar a experiência de visita através de um método qualitativo de modo a captar as dimensões afetivas e sensitivas da visita e, numa pequena abordagem qualitativa, dar a conhecer as características socioeconómicas das famílias, complementando assim a informação.

A pequena análise quantitativa baseou-se nos breves questionários, quase totalmente de perguntas fechadas, que foram preenchidos por todas as famílias depois de visitarem o ME, durante o seu período de aplicação.

Quadro 4 - Métodos e dimensões de análise.

Dimensões e subdimensões de análise		Métodos			
		Observação	Análise documental	Questionário	Entrevista
Trajetória de vida	História pessoal e familiar			x	x
	Visitas a museus			x	x
Contexto de visita	Contexto físico	x	x		
	Contexto temporal e social	x	x		
	Motivações e intenções				x
Experiência da visita	Decorrer da visita	x		x	x
	Apreciações	x	x		x

As entrevistas foram feitas apenas a um elemento adulto de cada grupo familiar, sendo que por vezes, quando presentes, os cônjuges também foram entrevistados (em conjunto). Estas, de carácter semidiretivo, consistiram numa conversa fluída no qual o entrevistador ia abordando os tópicos previamente estabelecidos. Este método permitiu ao investigador

Retirar das suas entrevistas informações e elementos de reflexão muito ricos. Instaura-se...uma verdadeira troca, durante o qual o interlocutor do investigador exprime as suas perceções de um acontecimento ou de uma situação,... (Quivy e Campenhoudt, 1992, p. 193).

Para além da reconstituição da visita, através da entrevista também foi possível tomar conhecimento sobre as trajetórias sociais das famílias assim como as relações que têm com museus, para além dos motivos que as levaram até ao ME.

O número de famílias entrevistadas (10) não pretende ser representativo, pois não é esse o objetivo da pesquisa, mas sim dar conta da diversidade de modalidades de acompanhamento ou seja, as diferentes composições de famílias que visitaram o ME durante o estudo. As famílias selecionadas para entrevistar são uma amostra diversificada daquelas que visitam o ME. De modo a garantir a diversidade da amostra foi aplicado um inquérito por questionário a todas as famílias que visitaram o ME num determinado período. Os inquéritos por questionário permitem “colocar a um conjunto de inquiridos... uma série de perguntas relativas à sua

situação social, profissional..., ao seu nível de conhecimento, ou ainda sobre qualquer outro ponto que interesse aos investigadores” (Quivy e Campenhoudt, 1992, p. 190). A partir dos inquéritos por questionário foi possível fazer uma seleção variada das famílias a entrevistar. A diversidade entre elas consistia na composição do grupo de visita (número de elementos e graus de parentesco), na idade das crianças (desde famílias com bebés até a famílias com adolescentes), no perfil socioeconómico do inquirido e do seu cônjuge, quando aplicável (escolaridade, profissão, idades), nas relações das famílias com museus no geral (famílias que visitam museus assiduamente e famílias que os visitam ocasionalmente), nas relações prévias com o ME (os visitantes estreatantes e os frequentes) e nas exposições visitadas (quantas e quais). A análise dos dados resultantes do questionário foi realizada com o auxílio do programa SPSS.

Numa fase inicial do trabalho tirei partido da minha posição privilegiada no museu, enquanto guia intérprete e vigilante, para a observação dos comportamentos de visita das famílias. No que respeita a observação participante

O principal instrumento de pesquisa é o próprio investigador e os principais procedimentos são a presença prolongada no contexto social em estudo e o contacto direto, em primeira mão, com as pessoas, as situações e os acontecimentos (Costa, 1986, p. 137).

Esta foi uma posição vantajosa pois a minha presença naquele espaço era natural e assim a interferência causada na visita das famílias foi a mínima possível. Para além disso foram trocadas impressões sobre o tema com outros guias do ME. Esta etapa foi importante para delinear os contornos do estudo e fazer as alterações e adaptações necessárias ao guião de entrevista utilizado por Coelho (2008), assim como para caracterizar o contexto físico e o contexto temporal e social.

Para além disso, também se recorreu à pesquisa documental onde foram consultados e analisados registos de visitantes do ME e de outros museus portugueses, o Livro do Visitante do ME e outros documentos relativos às exposições do ME.

O conjunto dos quatro métodos acima enunciados contribui, assim, para uma recolha alargada de dados suscetíveis de informar a análise das três dimensões do estudo, como se pode ver no quadro 3.

4. CARACTERIZAÇÃO DO MUSEU DA ELETRICIDADE

O ME (Museu da Eletricidade) é um museu de natureza privada que integra o património da Fundação EDP e encontra-se localizado nos antigos edifícios da Central Tejo, cujas imagens do exterior pode consultar nas figuras 1 e 2 do anexo A.

Tem como missão preservar a memória deste local, assim como dar a conhecer a diversidade de fenómenos relacionados com a eletricidade⁸. Situa-se em Belém, numa das zonas com mais monumentos da cidade de Lisboa. Insere-se no conceito de museu de ciência e de técnica definido pelo ICOM⁹ e, paralelamente à exposição residente, também abarca exposições temporárias mais relacionadas com as artes, e um grande leque de eventos culturais (conferências, concertos, lançamentos de livros, ...). Está aberto ao público desde 1990 e entre 2004 e 2006 o museu esteve fechado ao público para a reabilitação dos seus edifícios e equipamentos.

A Central Tejo, que pertenceu à CRGE, foi uma central termoelétrica que fornecia eletricidade a toda a região de Lisboa¹⁰. Esteve ativa entre 1909 e 1972, no entanto a partir de 1951 serviu apenas de reserva complementando com energia aquela gerada nas centrais hídricas. Ao longo do tempo a Central Tejo foi diversas vezes modificada e ampliada, atravessando longas fases de construção e de alteração dos sistemas produtivos. O Museu contempla um acervo bastante diversificado:

O edifício, os equipamentos tecnológicos da antiga Central Tejo, o acervo documental e imaterial tanto sobre a Central Tejo, como sobre a CRGE e grande parte das empresas e centros produtores de energia elétrica nacionais, equipamentos e ferramentas, dispositivos pedagógicos e experimentais históricos e contemporâneos¹¹.

O edifício, de estrutura de ferro e revestida a tijolo, tem uma envergadura monumental e, em 1986 foi classificado como Imóvel de Interesse Público. A sua arquitetura industrial rege-se pelo funcionalismo e foi moldada de modo a instalar as enormes máquinas a vapor, assim

⁸ Fundação EDP – Museu da Eletricidade. Site: <http://www.fundacaoedp.pt/museu-da-eletricidade/> [Consultado em 02/09/2014].

⁹ International Council Of Museums (ICOM). Site: <http://icom.museum/>. [Consultado em 09/08/2014].

¹⁰ Fundação EDP – Museu da Eletricidade. Site: <http://www.fundacaoedp.pt/museu-da-eletricidade/> [Consultado em 02/09/2014].

¹¹ Idem.

como a tornar o edifício incombustível – à prova de fogo pela natureza dos materiais (Kong, 2013, pp. 129-131).

Desde que reabriu, em 2006, o ME tem-se tornado notável em Portugal, sendo um dos mais visitados¹². Em 2013 recebeu quase 200 mil visitantes e é visitado sobretudo por público escolar. Em 2014 foi considerado pela Trip Advisor um dos melhores museus de Portugal e ainda recebeu o Certificado de Excelência 2014 (distingue os museus com melhores avaliações dos visitantes)¹³. E também em 2014 o Museu é nomeado pela Smarter Travel um dos dez museus de ingresso grátis mais fantásticos a nível mundial¹⁴. O museu recebe visitantes maioritariamente portugueses da região de Lisboa.

No Museu consta a exposição permanente relativa à Central Tejo cujo circuito engloba a sala das Caldeiras, Cinzeiros, Águas, Condensadores, Geradores e ainda uma sala interativa dedicada à Energia, apelidada de Experimental (figuras 3 e 4 do anexo A). Para além desta exposição, o museu tem outras temporárias de cariz artístico e experimental, que se podem visitar nas salas “Cinzeiro 8”, “Curto Circuito, Espaço Arte-Tecnologia” e “Sala de Exposições”.

O Museu contempla uma equipa de guias intérpretes, que fazem parte de um programa de estágios e que estão ao serviço do visitante todos os dias da semana (à segunda-feira só para visitas escolares pois o museu encontra-se fechado). Desde 2010 o Museu apresenta uma programação regular de visitas temáticas e ateliês também para as exposições de arte temporárias. Qualquer visitante pode agendar a sua visita guiada ou então participar das visitas com horário estipulado e carácter permanente. Tanto as visitas guiadas como o ingresso na exposição permanente são gratuitos e, por norma, nas exposições temporárias também, salvo certas exceções (como foi o caso da WPP). Para além destes serviços o museu também oferece ateliês ao fim de semana para crianças, jovens, e adultos relativos à exposição permanente, assim como às temporárias. Para usufruir de qualquer um destes serviços, mesmo que gratuito, é necessário adquirir ingresso na bilheteira, para fins estatísticos.

¹² Fundação EDP – Museu da Eletricidade. Site: <http://www.fundacaoedp.pt/museu-da-eletricidade/> [Consultado em 02/09/2014].

¹³ TripAdvisor – Museu da Eletricidade. Site: http://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g189158-d1790036-Reviews-Museu_da_Eletricidade-Lisbon_Estremadura.htm/. [Consultado em 03/09/2014].

¹⁴ Smarter Travel – Incredible Free Museums Around the World. Site: <http://www.smartertravel.com/photo-galleries/editorial/incredible-free-museums-around-the-world.html?id=862>. [Consultado em 27/09/2014].

As exposições temporárias patentes no museu no período da aplicação do questionário foram a WPP, que se encontrava na “Sala de Exposições”, a Newspapers, no “Cinzeiro 8”, e a Lei de Ohm, no “Curto Circuito, Espaço Arte-Tecnologia” (figuras 5, 6 e 7 do anexo A).

A **WPP’14** esteve no ME entre 30 de Abril e 25 de Maio. É uma exposição que tem uma organização internacional e anual, que premeia e exhibe os melhores trabalhos de fotojornalismo que levam o visitante a viajar pelos acontecimentos mais marcantes do ano respetivo a cada edição¹⁵. O concurso estabelece uma ponte entre os fotojornalistas profissionais e o público em geral. A primeira WPP realizou-se em 1955 e desde então é exposta em vários países anualmente, estando previsto circular por 45 países em 2014. O ME acolhe esta exposição desde 2007. Os premiados são o fruto de um concurso a nível mundial onde este ano participaram 5754 fotógrafos oriundos de 132 países diferentes. Pela primeira vez o ME cobrou a entrada nesta exposição mas a totalidade do valor dos bilhetes reverteu para apoiar o projeto UMAD (ver a tabela de ingressos no quadro 1 do anexo B). Este ano a WPP no ME foi visitada por 18918 visitantes (ver lista discriminada no quadro 2 do anexo B).

A **Newspapers** esteve exposta no “Cinzeiro 8”, entre os dias 4 de Abril e 6 de Julho de 2014¹⁶. O “Cinzeiro 8” é um espaço com uma programação contínua de exposições de Arte Contemporânea. Newspapers é uma exposição com trabalhos de António Sena, que reúne 150 desenhos recentes e inéditos e 4 pinturas do artista que recebeu, entre outros prémios, o Prémio EDP de Desenho em 2002. Estes seus trabalhos têm como suporte fotocópias de páginas de jornais do início do século XX sobre os quais escreveu fragmentos do “Livro do Desassossego” e assim desenvolve um exercício de cópia e caligrafia. Esta foi visitada por 6453 visitantes durante o período que esteve exposta¹⁷.

A **Lei de Ohm**, patente entre 4 de Abril e 8 de Junho no “Curto Circuito, Espaço Arte-Tecnologia”, que resulta de uma residência artística no ME que acolheu o trabalho de cinco artistas: André Cepeda, João Paulo Serafim, Margarida Correia, Renato Ferrão e Susana Gaudêncio¹⁸. A Fundação EDP convidou estes artistas a fim de eternizarem a memória dos

¹⁵ World Press Photo. Site: <https://www.worldpressphoto.org/contest>. [Consultado em 28/08/2014].

¹⁶ Fundação EDP – Museu da Eletricidade. Site: <http://www.fundacaoedp.pt/museu-da-eletricidade/> [Consultado em 02/09/2014].

¹⁷ Nesta exposição a contagem de visitantes é feita através de um contador automático colocado à entrada da sala, o que não invalida a contagem da entrada de todos os entraram repetidamente, ou “por engano” ou até de funcionários do Museu.

¹⁸ Fundação EDP – Museu da Eletricidade. Site: <http://www.fundacaoedp.pt/museu-da-eletricidade/> [Consultado em 02/09/2014].

edifícios históricos que detinha e que foram mais tarde demolidos, assim como dos espólios e das reservas que foram deslocados do museu. Para isso os artistas “visitaram os espaços e exploraram as suas potencialidades e as dos objetos e documentos neles presentes”. Neste espaço se considera para contagem todos os visitantes da exposição permanente.

5. VISITAS EM FAMÍLIA AO MUSEU DA ELETRICIDADE

5.1. Análise dos resultados dos inquéritos por questionários

5.1.1. Os questionários e os questionados

O inquérito por questionário (anexo C) teve como principal objetivo sustentar as opções quanto às famílias a entrevistar. Através deste questionário registaram-se diversas modalidades de acompanhamento das famílias no ME, identificaram-se as mais representadas e, por conseguinte, entre as famílias que deram disponibilidade para a entrevista, foram selecionadas as que reuniam as características que interessavam, de modo a obter uma amostra diversificada.

Porém, visto que foram realizados e validados 146 questionários, que é um número bastante significativo, é adequado que estes constituam uma fonte relevante para identificar as características das famílias que visitam o ME.

A diversidade da amostra foi garantida, tanto em termos de modalidades de acompanhamento, como de perfil socioeconómico, da idade dos filhos, de capital escolar, dos hábitos culturais em família, da relação prévia com o ME (visitantes frequentes e visitantes estreates) e das exposições visitadas (quantas exposições e quais). O questionário concebido era de pequenas dimensões (o inquirido demorava cerca de 2 minutos a preenchê-lo) e a sua estrutura teve como base a do questionário de Ana Rita Coelho (2008). A sua aplicação aconteceu entre os dias 20 e 25 de Maio de 2014.

Esta foi a semana escolhida para o período da aplicação do questionário porque era a última em que a World Press Photo estava patente no ME. A World Press Photo é uma exposição internacional anual, que geralmente atrai muitos visitantes. Tendo em conta os números de visitantes registados nos anos anteriores, deduziu-se que uma semana de aplicação dos questionários fosse suficiente, o que se confirmou. Durante o período da aplicação dos inquéritos o ME recebeu 164 famílias, das quais 151 devolveram o questionário. Entre estes foram validados 146 questionários.

Entre os visitantes que preencheram o questionário houve uma adesão bastante positiva ao pedido de colaboração para a entrevista, apesar dos inconvenientes que esta acarreta. Entre os questionários 64 famílias manifestaram-se disponíveis para a entrevista.

O questionário assentou numa lógica de estratificar a amostra em grupos de famílias. Depois de os dados serem registados foram identificadas as principais modalidades de acompanhamento das famílias no ME. Articulando estas modalidades com aquelas identificadas por Choya (2008) num estudo sobre aprendizagem em família no Museu Horniman, foi criada uma tipologia de família onde existem 7 tipos de famílias aos quais foi atribuído um código, como se pode ver de seguida.

Quadro 5 - Classificação dos tipos de composição das famílias.

Modalidade de acompanhamento das famílias	Código
Pais e filhos	A
Pai/Mãe e filhos	B
Família composta (com enteados ou padrastos)	C
Três gerações	D
Avós e netos	E
Pai e/ou mãe, filhos e outros (ex. amigos)	F
Outros casos (crianças com tios, padrinhos ou irmãos)	G

Entre as famílias que no questionário deram disponibilidade para a entrevista e que também forneceram o seu contacto, foram seleccionadas e contactadas. Caso não houvesse qualquer impedimento, era marcada a entrevista.

O inquérito por questionário destinava-se a ser respondido por famílias que visitassem o ME no período estipulado e que reunissem as seguintes condições: ter integrada no grupo de visita pelo menos uma criança até aos 14 anos de idade inclusive, e residir habitualmente em Portugal. A cada família foi entregue um questionário que deveria ser respondido por um dos progenitores da criança, caso se se aplicasse. Se os progenitores da criança não estivessem presentes, então o questionário deveria ser preenchido por um dos adultos do grupo de visita.

Os questionários foram distribuídos na bilheteira do museu, logo depois de as famílias adquirirem o seu ingresso. Juntamente com o questionário também foi entregue e oferecida uma caneta da empresa Florência Augusto Chagas S.A., que aceitou colaborar com o estudo fornecendo este material. Optou-se por entregar o questionário logo após a aquisição do bilhete na bilheteira pois uma das categorias dos ingressos no ME abrange precisamente crianças até

aos 14 anos de idade e, deste modo, já se sabia quais as famílias a abordar¹⁹. Depois de devidamente preenchido, o questionário deveria ser devolvido e colocado numa caixa devidamente identificadas que se encontravam na bilheteira e junto às duas portas de saída do museu.

5.1.2. Principais resultados

No total foram identificadas 63 famílias do tipo A, 40 do tipo B, 9 do tipo C, 7 do tipo D, 2 do tipo E e 14 do tipo F. Onze das famílias que responderam ao questionário forneceram formação insuficiente em relação à modalidade de acompanhamento.

Como seria de esperar o ritmo de distribuição do questionário não foi sempre o mesmo ao longo da semana. De terça e quinta-feira foram aplicados 8,6% dos questionários. Acredita-se que este resultado sofreu uma forte influência da meteorologia pois choveu até quinta-feira e a partir de sexta, inclusivamente, começaram a aparecer mais visitantes no museu. Como em qualquer semana normal do ano, verifica-se um maior número de visitantes (não escolares) no museu ao fim-de-semana e o mesmo aconteceu na semana de 20 a 25 de Maio. Na sexta-feira aplicaram-se 12,6% dos questionários, no sábado 33,8% e no domingo 45%. Apesar de a percentagem de questionários aplicados no domingo ser bastante positiva, esta poderia ser ainda mais elevada caso algumas famílias não desistissem de visitar o museu devido à enorme fila de espera que se encontrava para adquirir bilhete. Na fila houve visitantes que esperaram até 45 minutos para conseguir entrar, e muitos deles acabaram por desistir, incluindo principalmente famílias com crianças.

Para classificar a idade das crianças dos grupos em família foram criados escalões. Nos estudos consultados sobre visitas em família a museus foram concebidos escalões apenas para identificar a idade dos adultos. Genericamente, os visitantes foram considerados adultos a partir dos 15 anos de idade. Assim sendo, neste estudo foram criados escalões que abrangiam crianças dos 0 aos 14 anos de idade (quadro 5), tendo como base as idades de mudança de ciclo escolar. Aos filhos das famílias em estudos com 15 anos de idade ou mais foi também atribuído um escalão de modo encaixarem no estatuto de filho e não de adulto.

¹⁹ O funcionário da bilheteira tem de perguntar a idade dos jovens para saber qual a categoria do ingresso a atribuir.

Quadro 6 - Classificação das idades das crianças por escalão.

Escalões	Idades
1	0-2 Anos
2	3-6 Anos
3	7-10 Anos
4	11-14 Anos
5	15 Anos ou mais

De todas as crianças no museu cujas famílias responderam validamente ao questionário (192 crianças), 29,7% delas tinha entre 3 e 6 anos (que foi o escalão mais representado). As crianças com menos representatividade foram as do escalão 1, com 18,2%. Também foi perguntado às famílias quantos eram os filhos que não os estavam a acompanhar nesta visita, caso se se aplicasse, e quais as suas idades. A partir daí foi possível concluir que os pais com crianças até aos 6 anos de idade levam quase sempre os seus filhos consigo nas suas visitas aos museus – dos 36 filhos entre os 0 e os 2 anos de idade, apenas 1 não ingressou nesta visita, tal como nos 58 filhos entre os 3 e os 6 anos de idade também houve apenas 1 que não foi com os pais ao museu. A partir dos 7 anos de idade há cada vez mais filhos que não acompanham os pais ao museu (escalão 3 – 1,8%; escalão 4 – 3,2%). Os filhos com 15 anos de idade ou mais são aqueles que menos acompanharam os pais na visita ao museu²⁰ - 6,25% dos filhos que foram ao museu com os pais tinham 15 anos ou mais.

Das famílias que responderam ao questionário, a maioria encontrava-se em grupos de 3 elementos (40,8 %). E as famílias com 6 elementos foram aquelas com menos representatividade (2%).

A média da idade dos inquiridos é de 40 anos, onde o mais jovem tinha 26 anos, e o menos jovem 79. A maioria dos visitantes inquiridos foram mulheres (65,6%) e este facto deveu-se não só por existirem mais visitantes deste sexo como também por serem as mulheres quem se oferecia primeiramente para responder ao questionário quando abordava as famílias, no caso de o casal estar presente.

Em relação ao estado civil dos inquiridos, os casados foram a grande maioria, com 52,3%. De todos os que responderam ao questionário 88,7% têm filhos. Os outros 11,3% pertencem, em grande parte, ao tipo de família “G” ou seja, todos os outros conjuntos de famílias que não se enquadram nos restantes. Os inquiridos das famílias do tipo G podem ser

²⁰ Lembrar que os inquéritos apenas foram entregues às famílias que tinham pelo menos uma criança com 14 anos de idade ou menos.

tios que foram com os sobrinhos, irmãos mais velhos com os mais novos, ou ainda padrastos ou madrastas com os enteados.

No questionário foi perguntado qual era a residência do inquirido a fim de saber de onde vêm os visitantes do ME assim como para eu poder escolher pessoas apenas da Grande Lisboa para entrevistar, por questões práticas. Dos inquiridos 44,5% são do concelho de Lisboa, 45,2% são dos outros concelhos da Área Metropolitana de Lisboa, e apenas 10,3% dos visitantes são de outros concelhos do país.

A grande maioria dos visitantes abordados (63,8%) afirmou que, por norma, visita os museus em família. Os indivíduos que visitaram um museu em família apenas naquele dia em que preencheram o questionário, ou que por norma não visitam os museus em família foram, respetivamente, 5,4% e 6%.

Os inquiridos foram também questionados sobre a frequência das visitas ao ME, ao qual 42,4% respondeu que era a primeira vez que visitava esta instituição. Para 25,8% das famílias era a segunda ou a terceira vez que o fazia e, para 31,8%, já era pelo menos a 4ª vez que visitava o ME. Este resultado teve uma forte influência da World Press Photo. Das famílias que estavam a visitar o ME pela 1ª vez, 75% viu esta exposição.

Na exposição World Press Photo, um autêntico chamariz de visitantes, foram 88,7% das famílias inquiridas. Como os questionários foram distribuídos na bilheteira, foi possível verificar que algumas famílias dirigiram-se ao ME propositadamente para ver a WPP mas ao depararem-se com ingressos não gratuitos optaram por ver as outras exposições do museu, que são gratuitas, ou simplesmente foram embora. A Central Tejo (exposição permanente) foi visitada por 31,8% das famílias, a Lei de Ohm (exposição temporária) por 15,9% e a Newspapers por 11,3%, sendo esta a menos visitada pelas famílias. No total houve 70,3% das famílias que visitaram apenas uma exposição, 14,9% visitaram duas, 8,1% visitaram três e apenas 6,8% das famílias visitaram todas as exposições patentes no momento no museu.

No que respeita à escolaridade dos casais das famílias abordadas também foi identificado um padrão. Para a maioria dos casais o grau de escolaridade mais elevado que concluiu foi a licenciatura (48,6% dos inquiridos e 36,4% dos cônjuges). Outra grande parte dos inquiridos e cônjuges completaram os estudos até ao 12º ano de escolaridade (24,7% dos inquiridos e 29,9% dos cônjuges). O grau de escolaridade menos representado nesta amostra foi, como já seria de esperar, o 6º ano (0,7% dos inquiridos e 0,9% dos cônjuges).

Aos inquiridos e aos cônjuges dos mesmos foi perguntado qual o/s curso/s que concluiu, ao qual a respostas foram semelhantes. Cada um dos cursos respondidos no questionário foi agrupado segundo as categorias estipuladas pela DGES (Direção Geral do Ensino Superior)²¹. A área de estudos mais representada tanto pelos inquiridos como pelos seus cônjuges foi “Direito, Ciências Sociais e Serviços” (31,6% dos inquiridos e 27,4% dos cônjuges).

A situação na profissão dos inquiridos assim como dos cônjuges foi igualmente consensual: a grande maioria deles trabalha por conta de outrem (67,9% dos inquiridos e 71,7% dos cônjuges) e os reformados são uma minoria (2,2% dos inquiridos e 3% dos cônjuges).

As profissões dos inquiridos e dos cônjuges foram também agrupadas, mas segundo os grandes grupos da *Classificação Portuguesa das Profissões 2010* (Instituto Nacional de Estatística, I.P., 2011). CNP O grupo profissional mais representado tanto nos inquiridos como nos cônjuges foi o de Especialistas das Profissões Intelectuais e Científicas (35,5% e 38,5%, respetivamente). Todos os grandes grupos de profissões estão presentes na amostra à exceção do grupo dos Agricultores e trabalhadores qualificados da agricultura, da pesca e da floresta na profissão dos cônjuges.

5.2. Análise dos resultados dos inquéritos por entrevista

Nesta parte do trabalho é feita uma caracterização das famílias entrevistadas, desvendados os motivos que as levaram ao ME, identificados os seus comportamentos enquanto visitantes e conhecidas as suas apreciações da visita, através do levantamento de dados recolhidos nas entrevistas. As entrevistas às famílias eram semiestruturadas que tinham como base um guião previamente construído (anexo E).

Num primeiro domínio é explicado o processo de seleção dos entrevistados, e como decorreram as entrevistas. Só depois é feita a análise do resultado das entrevistas, que está dividida em três grupos: trajetórias de vida, contextos de visita e experiências de visita.

Nos excertos das entrevistas o visitante entrevistado é situado através de um código que resulta do cruzamento do sexo (H-M) com o número da entrevista (1-10). Estes são ainda

²¹ As áreas de estudo estipuladas pela DGES são as seguintes: Ciência; Saúde; Tecnologias; Agricultura e Recursos Naturais; Arquitetura, Artes Plásticas e Design; Ciências da Educação e Formação de Professores; Direito, Ciências Sociais e Serviços; Economia, Gestão e Contabilidade; Humanidades, Secretariado e Tradução; Física, Desporto e Artes do Espetáculo.

referenciados pela sua idade, modalidade de acompanhamento (A-G), profissão, o número de crianças que integram a visita e as respetivas idades por escalões (1-5). No anexo D pode-se consultar os dados relativos a cada uma das famílias entrevistadas. Ainda nos excertos encontram-se algumas frases destacadas a negrito, que são intervenções do entrevistador, de modo a diferenciar o discurso dos interlocutores.

5.2.1. As entrevistas e os entrevistados

As entrevistas foram realizadas durante um mês e meio, entre a segunda semana de Junho e a última de Julho de 2014. Durante os dias 20 e 25 de Maio foi solicitado a todas as famílias que visitaram o Museu da Eletricidade que preenchessem um questionário. Este foi entregue à entrada do museu e devolvido pelas famílias à saída em caixas próprias destinadas para o efeito. Na parte final era questionado se o inquirido estava disponível para uma possível entrevista e, nesse caso, era pedido que deixasse um contacto. A aplicação deste questionário teve como principal objetivo fazer uma melhor seleção dos visitantes a entrevistar. A seleção dos visitantes a entrevistar foi feita de modo a obter uma amostra diversificada. Os critérios de seleção consistiram nas modalidades de acompanhamento, nos perfis socioeconómicos, idades das crianças da família, dia da semana em que visitaram o ME, número de elementos do grupo familiar, práticas culturais em família, da escolaridade do inquirido e do respetivo cônjuge, relação prévia com o ME (visitantes frequentes e visitantes estreantes) e exposições visitadas (quantas exposições e quais). Por razões de possível deslocação foram selecionados para a entrevista apenas residentes do distrito de Lisboa. Considerou-se pertinente entrevistar pelo menos 1 visitante oriundo de cada um dos sete tipos de família, sendo que para os 2 tipos de família que mais visitaram o ME na semana da aplicação do questionário, foram selecionados 2 visitantes de famílias diferentes para entrevistar.

Depois de selecionados, os visitantes foram contactados via *e-mail* ou telemóvel, conforme o contacto que tivessem fornecido no questionário. Neste segundo contacto com o visitante este foi questionado novamente sobre a disponibilidade para a entrevista e, nos casos afirmativos, foram explicadas as condições e agendada uma data e um local para a sua realização. Nesta etapa do trabalho uma dificuldade encontrada foi o facto de seis dos contactados rejeitarem a entrevista, por diversos motivos, nomeadamente por estarem de férias fora de Lisboa.

O local das entrevistas foi escolhido pelos entrevistados. As entrevistas foram realizadas no ME, na residência privada da família e ainda em esplanadas²². A entrevista foi destinada apenas a um elemento da família, aquele que respondeu ao questionário mas, no decorrer desta fase, achou-se pertinente a realização de entrevistas em conjunto com o cônjuge do inquirido, especialmente se também tivesse feito a visita ao ME com a sua família. No total foram realizadas quatro entrevistas em conjunto ou seja, a casais. Nestes casos os cônjuges não se importaram e até se mostraram interessados em participar também na entrevista. Ao longo do processo das entrevistas também houve a oportunidade de falar com as crianças de duas das famílias entrevistadas que também tinham feito a visita ao ME. Estas conversas foram consentidas pelos elementos da mesma família entrevistados. Com elas travou-se conversas informais e não estruturadas acerca dos interesses, hábitos culturais e a experiência da visita ao ME. Tanto as entrevistas em conjunto como as conversas com as crianças das famílias permitiram cruzar opiniões e analisar as interações entre os mesmos elementos da família, nomeadamente durante a visita, que é um dos aspetos a tratar neste trabalho de investigação.

O período das entrevistas distanciou-se no mínimo 3 semanas da visita ao ME, e no máximo 10. Optou-se por não se fazer as entrevistas no próprio dia da visita ao ME pois as famílias mostravam-se cansadas e porque traziam crianças consigo. Para além disso a distância permite que o visitante filtre inconscientemente o essencial daquela visita ao ME. Por outro lado, também não era conveniente afastar muito a data da entrevista e o dia da visita de modo a que o visitante se recordasse facilmente da experiência no ME.

Foram realizadas 10 entrevistas que demoraram, em média, cerca de 30 minutos. Realizaram-se 5 entrevistas individuais e 5 em conjunto com os respetivos cônjuges e/ou as crianças que acompanharam o entrevistado na visita ao ME. No total foram entrevistados 19 indivíduos. A relação do perfil das famílias entrevistadas com o de todas as que preencheram o inquérito pode ser consultada no anexo F, enquanto a diversidade das respostas ao questionário entre as famílias entrevistadas pode ser observado na tabela da página seguinte:

²² Em qualquer um dos locais selecionados para fazer a entrevista foram garantidas as condições necessárias à sua realização, nomeadamente a ausência de ruído.

Categorias		Nº de entrevistados
Dia da entrevista	23	1
	24	5
	25	4
Período da entrevista	Manhã	2
	Tarde	8
Modalidades de acompanhamento	A	3
	B	2
	C	1
	D	1
	E	1
	F	1
	G	1
Nº de elementos do grupo da visita	2 elementos	1
	3 elementos	4
	4 elementos	3
	5 elementos	2
Sexo	Masculino	3
	Feminino	7
Estado Civil	União de Facto	4
	Casado	3
	Separado	3
Idade	26-35 anos	2
	36-45 anos	6
	46-55 anos	1
	56-65 anos	0
	66-75 anos	0
	76-85 anos	1
Idade das crianças	0-2 anos	3
	3-6 anos	3
	7-10 anos	3
	11-14 anos	3
	15 anos ou mais	1
	Frequência das visitas a museus em família	Apenas hoje
Por norma não		0
Por norma sim		6
Sempre		3
Nº de visitas ao ME	1ª visita	4
	2ª ou 3ª visita	1
	4ª visita ou mais	5

Categorias		Nº de entrevistados*
Exposições visitadas	Central Tejo	6
	WPP	9
	Lei de Ohm	1
	Newspapers	3
Nº de exposições visitadas	1	4
	2	4
	3	1
	4	1
Escolaridade	Até ao 12º ano	3 [4]
	Licenciatura	4 [1]
	Mestrado	1 [1]
	Pós-graduação	1 [0]
	Doutoramento	1 [1]
Área de estudos	Agricultura e Recursos Naturais	1 [1]
	Arquitetura, Artes Plásticas e Design	0 [2]
	Ciências da Educação e Formação de Professores	1 [0]
	Direito, Ciências Sociais e Serviços	2 [0]
	Economia, Gestão e Contabilidade	2 [0]
	Tecnologias	1 [0]
Situação profissional	Trabalhador por conta própria com pessoal com serviço	0 [2]
	Trabalhador por conta própria com pessoal sem serviço	1 [0]
	Trabalhador por conta de outrem	7 [4]
	Reformado	1 [1]
	Outra	1 [0]
Classificação da profissão**	Representantes do poder legislativo e de órgãos executivos, dirigentes, diretores e gestores executivos	1 [1]
	Especialistas das atividades intelectuais e científicas	4 [1]
	Técnicos e profissões de nível intermédio	3 [2]
	Agricultores e trabalhadores qualificados da agricultura, da pesca e da floresta	1 [0]

*Os dados entre parêntesis retos são relativos aos cônjuges dos entrevistados.

**Grandes grupos da *Classificação Portuguesa das Profissões 2010* (INE, 2011).

A) *TRAJETÓRIAS DE VIDA*

5.2.2. Descrição das famílias/Informação demográfica

As famílias entrevistadas apresentam diversidade entre os seus perfis, como se pode ver no quadro anterior. Estas famílias visitaram o ME em diferentes modalidades de acompanhamento: a família nuclear (3); um progenitor divorciado com a/s criança/s (2); um progenitor com o cônjuge e as crianças (1); as três gerações da família (1); os avós com os netos (1); progenitor com a criança e com amigos da família (1); criança com um elemento da família não nuclear (1). A cada uma destas modalidades de acompanhamento foi atribuído um código de modo descomplicar a leitura dos dados, que se pode consultar no quadro 3.

A faixa etária dos adultos entrevistados está compreendida entre os 31 e os 79 anos. As crianças que acompanharam estes adultos ao ME tinham até 14 anos de idade²³.

De modo a conseguir uma maior diversidade de perfis de famílias a entrevistar, foram pedidos alguns dados, no inquérito por questionário, relacionados com os cônjuges dos adultos inquiridos, mesmo que não estivessem presentes na visita ao ME. Assim, o estudo abrange no total 17 adultos. Entre estes procurou-se diversidade em vários aspetos: escolaridade, áreas de estudo, situação profissional e área profissional.

5.2.3. Práticas culturais

No que respeita as práticas culturais, procurou-se saber como é que as famílias passam o tempo livre em conjunto. O que fazem quando estão juntos? Têm preferência por que tipo de práticas? Ir a museus faz parte dessas práticas?

Todas as famílias entrevistadas passam alguns tempos de lazer em conjunto com as suas crianças de variadas formas, destacando-se uma prática transversal das famílias entrevistadas: passar o tempo ao ar livre.

²³ Para este estudo foram consideradas crianças os indivíduos que tivessem até 14 anos inclusive. No entanto, considerou-se importante não ignorar a idade dos jovens que integravam cada grupo familiar, usando também esses dados na análise do estudo.

Parques! Temos aqui ao lado a Quinta das Conchas. Foi uma das razões para virmos viver para aqui, para eu poder ir para o parque com eles. Estou lá em 5min e é quase a nossa 2ª casa. Fazemos muita coisa lá: piqueniques, jogos...

[M8, 31 anos, modal.B, Doméstica, 4 crianças esc.1 e 2]

Gostamos de fazer passeios pedestres, de ir à praia, de ir à lagoa... Fazemos de tudo um pouco.

[M10, 36 anos, modal.C, Educ. Infância, 1 criança esc.4]

Ao ar livre as famílias fazem piqueniques e jogos como foi referido anteriormente, mas também andam de bicicleta, acampam, vão à praia e à piscina, e fazem percursos pedestres e geocaching²⁴. Nos tempos livres, algumas das famílias entrevistadas são dedicadas aos desportos que os filhos praticam:

Eles (os filhos) jogam hóquei patins e passam os fins-de-semana em jogos, um joga ao sábado o outro joga ao domingo. Damos a prioridade ao desporto.

[M7, 49 anos, modal.A, Bióloga, 2 crianças esc.3 e 4]

O meu filho é judoca e então passamos muito tempo no pavilhão a assistir a competições.

Quando não há tantos torneios é quando fazemos outras coisas.

[M9, 42 anos, modal.A, Secretária, 2 crianças esc.4 e 5]

Para além disso, também constam na lista de atividades destas famílias as seguintes atividades: fazer bolos, ver filmes em casa, e ir ao cinema, ao teatro, a concertos e a museus.

Nove dos dez visitantes entrevistados afirmaram ir com a sua família a museus nos seus tempos livres (3 afirmaram visitar museus sempre em família, 6 visitam geralmente em família e uma delas visitou o ME em família excepcionalmente).

5.2.4. Frequência das visitas a museus

Depois de se saber quais as atividades que as famílias mais praticam em conjunto, tenta-se aprofundar o conhecimento sobre uma dessas práticas: as visitas a museus. Neste domínio pretende-se saber se a frequência a museus altera-se segundo as épocas do ano, o dia da semana e das condições meteorológicas, se existem hábitos regulares de visitas a museus e quais são as famílias que vão a museus em dias úteis da semana.

²⁴Geocaching é um passatempo de ar livre no qual é necessário utilizar um GPS para encontrar as “caches” (pequenas caixas) que estão espalhadas pelo mundo, tanto no campo como em cidades. Ver mais em: Geocaching. Site: <http://www.geocaching.pt/>.

As famílias mostraram que a frequência das suas idas aos museus depende geralmente da época do ano, pois umas preferem ir mais no Inverno, outras no Verão. Deste modo não foi encontrada uma flutuação sazonal constante de visitas a museus entre as famílias entrevistadas.

De Inverno se calhar nem tanto mas no Verão não estou a ver um melhor programa do que ir a um museu ou a um jardim, ou a um museu com jardim

[H1, 37 anos, modal.D, téc.gestão, 1 criança esc.1]

E no Inverno é que fazemos mais atividades culturais/ Sinceramente no Verão apetece-nos mais relaxar ao ar livre e no Inverno, quando o tempo está mais frio, é que nos viramos mais para as atividades culturais.

[H4, 40 anos, modal.A, gestor, 1 criança esc.1]

Apesar disso foi possível verificar que as condições meteorológicas influenciaram a afluência de visitantes ao ME na semana da aplicação dos questionários. Nessa semana esteve tempo nublado e com aguaceiros desde terça até quinta-feira (de dia 20 a 22 de Maio). A partir de sexta-feira até ao final da semana (de 23 a 25 de Maio) o céu ficou geralmente limpo e deu-se uma subida da temperatura máxima. Então, até à quinta-feira o ME recebeu 13 famílias, enquanto só na sexta-feira recebeu 19.

É natural que a quantidade de visitantes aumente ao fim-de-semana, independentemente das condições meteorológicas. O ME foi visitado por 119 famílias (51 no sábado e 68 no domingo)²⁵, uma vez que é no fim-de-semana que as famílias estão mais disponíveis para passar algum tempo em conjunto:

Durante a semana é sempre tudo a correr, não há tempo para nada e o fim-de-semana é o único momento que temos para estar com ele.

[M4, 41 anos, modal.A, téc. marketing, 1 criança esc.1]

A única família entrevistada que visitou o ME num dia útil era composta por uma mãe a tempo inteiro (doméstica) e por 4 filhos em idade pré-escolar:

Nós (ela e uma amiga) geralmente à 6^{af} fazemos qualquer coisa com os miúdos. Quero dizer...fazemos todos os dias porque estamos as 2 em casa mas à 6^a fazemos algo em conjunto.

[M8, 31 anos, modal.B, Doméstica, 4 crianças esc.1 e 2]

²⁵ O aumento do número de visitantes no domingo pode estar relacionado com o facto de aquele ter sido o último dia em que a exposição estava patente.

No total, nos dias úteis da mesma semana houve 37 crianças²⁶ a visitar o ME com a família (com pelo menos um elemento) dos quais 31 tinham até 6 anos de idade inclusive (faixa etária em idade pré-escolar).

Por outro lado, só no fim-de-semana o ME registou a entrada de 143 crianças. Neste registo é possível verificar é sobretudo a partir dos 3 anos de idade que as crianças começam a ser levados ao ME, como se pode constatar no quadro 5.

Curiosamente, algumas das famílias manifestaram ter práticas regulares de família no que diz respeito às idas a museus, nomeadamente à WPP, no ME, e à Noite dos Museus.

Esta visita anual (à WPP) é obrigatória. Já é tradição de família. (...) e vamos também à Noite dos Museus sempre.

[M9, 42 anos, modal.A, Secretária, 2 crianças esc.4 e 5]

Fui sempre à WPP e para o ano lá estaremos com certeza.

[H1, 37 anos, modal.D, téc.gestão, 1 criança esc.1]

5.2.5. Áreas temáticas dos museus que (não) visitam

Entre os tipos de museus que as famílias visitam existem aqueles que são prediletos como aqueles aos quais nunca iriam. Quais são eles? E porque motivos preferem uma determinada temática? Ou a temática do museu não é relevante?

Das famílias entrevistadas três afirmaram ser indiferente a área temática dos museus que visitam, o que pretendem é passar tempo em conjunto agradavelmente:

Entre artes e ciências não há preferências. (...) O que a gente quer é divertir-se.

[H5, 37 anos, modal.B, gerente, 2 crianças esc. 3 e 4]

Vamos a museus de história, de arqueologia, a exposições de pintura, também fomos ver uma exposição do Berardo. (...)Vamos muitas vezes à Ciência Viva

[M10, 36 anos, modal.C, Educ. Infância, 1 criança esc.4]

Tentamos despertá-los um pouco para tudo, é muito para as artes porque é importante (...) Aqui há pouco tempo fomos ao Museu de Arte Moderna na Gulbenkian, ver a exposição de arte contemporânea do Amadeu Sousa Cardoso. Também fomos ao Museu da Ciência, como é óbvio, eles gostam e aquilo tem sempre coisas engraçadas. Fomos ao Museu Vieira da Silva...

[H7, 46 anos, modal.A, Fotógrafo, 2 crianças esc.3 e 4]

²⁶ Até 14 anos.

No caso dos museus de arte foram encontradas posições opostas. Por um lado há adultos que gostam de arte e levam as suas crianças a museus desta área temática:

Eu por exemplo gosto mais de arte contemporânea (...) este ano fomos a cerca de 5 exposições.
[M4, 41 anos, modal.A, téc. marketing, 1 criança esc.1]

Mas por outro lado também foram entrevistados visitantes que não apreciam arte contemporânea nem museus de arte:

Arte nem tanto. Com elas (as sobrinhas) não (...) Arte realmente não.
[M2, 34 anos, modal.G, téc. gestão de rh, 1 criança esc.3]

Depende...Difícilmente me vão encontrar num museu de arte moderna ou contemporânea.
[H1, 37 anos, modal.D, téc.gestão, 1 criança esc.1]

Pessoalmente não gosto muito de pintura contemporânea. (...) Não tenho paciência para isso. O meu filho não, mas a minha filha pinta melhor do que aquilo.
[H9, 48 anos, modal.A, Téc. em lar de idosos, 2 crianças esc.4 e 5]

5.2.6. Opiniões sobre preçários de ingressos

O ingresso na WPP'14 pela primeira vez não foi gratuito e todo o montante conseguido reverteu a 100% a favor da UMAD. O bilhete tinha um valor simbólico de 2€ e ainda havia uma série de descontos. Pagar os ingressos para ver a WPP não foi um impedimento para as famílias entrevistadas mas será que foi incómodo? O que será que acharam de o valor do ingresso reverter a favor de uma instituição? Quais as suas opiniões acerca do valor do ingresso? Quando visitam um museu têm o valor do ingresso em consideração?

Nem todas as famílias sabiam que este ano a entrada na WPP era paga, no entanto mostraram-se indiferentes a isso e até duas delas afirmaram o seguinte:

2€ não era significativo (...) Principalmente se o valor do bilhete reverteu a favor dessa finalidade acho que faz todo o sentido, para podermos ajudar.
[M4, 41 anos, modal.A, téc. marketing, 1 criança esc.1]

E ainda para mais foi por uma boa causa, portanto ainda mais iríamos se soubéssemos que o valor dos bilhetes revertia para uma boa causa
[M9, 42 anos, modal.A, Secretária, 2 crianças esc.4 e 5]

Apesar de as famílias concordarem que o preço do ingresso é barato, outras famílias com rendimentos mais baixos poderão não pensar o mesmo, uma vez que uma ida ao museu acarreta outras despesas adicionais para além do ingresso, como os custos do transporte. Mesmo quando as exposições são gratuitas outras famílias poderão não as visitar pelo mesmo motivo, tendo em conta a crise económica que Portugal atravessa. Algumas das famílias entrevistadas frequentam museus apenas quando o ingresso é gratuito:

Eu e a Susana praticamos a filosofia do grátis ou de borla. Por exemplo, amanhã vou ver o concerto do António Zambujo porque é gratuito...

[H1, 37 anos, modal.D, técn.gestão, 1 criança esc.1]

Todos os fins-de-semana eles perguntam: “Pai, há alguma coisa engraçada para a gente poder ir ver?”. E procuramos na net tudo o que são coisas grátis.

[H5, 37 anos, modal.B, gerente, 2 crianças esc. 3 e 4]

Também gostava de o levar ao Museu do Automóvel mas paga-se, e então tem-se de se esperar sempre pelo dia em que não se paga.

[M3, 45 anos, modal. F, Formadora, 1 criança esc.3]

Atualmente em Portugal a entrada em museus da DGPC é gratuita apenas no primeiro Domingo de cada mês, o dia completo, e ainda noutros dias pontuais. Esta modificação das condições de ingresso nos museus da DGPC entrou em vigor a 1 de Junho de 2014. Nestes períodos de gratuitidade para os museus e monumentos da DGPC é normal o ME receber visitantes que pensam que o museu obedece ao mesmo sistema de ingressos.

No caso do ME, na semana em que se aplicou o inquérito as exposições patentes eram gratuitas com a exceção da WPP. O valor do ingresso para a WPP era simbólico (2€ o bilhete normal) mas em muitos dos museus em Portugal tal não se verifica. Como foi referido anteriormente, nesses casos há famílias calculam despesas e por vezes acabam por não ir aos museus que pretendiam, ou esperam até ao período de gratuitidade para ir:

Há preços absurdos. Eu não vou pagar 5€ para entrar num museu. (...)a Cláudia agora não paga, mas vai pagar. Se ela com 10 anos quiser ir, eu, a minha mulher e a minha filha são 15€. 15€ dá para nós irmos almoçar.

[H1, 37 anos, modal.D, técn.gestão, 1 criança esc.1]

Torna-se muito caro. Só para nós (os 4) fica um pequeno balúrdio. É uma coisa para se fazer só de vez em quando. É que ele já paga (bilhete de) adulto, e ela paga meio bilhete. (...)Se calhar

se cobrassem só 1€ por pessoa iam muitas mais pessoas e iriam conseguir muito mais dinheiro do que se cobrarem 5€, porque uma pessoa pensa faz as contas: 20€, mais gasolina, mais qualquer coisa. E não vamos.

[M9, 42 anos, modal.A, Secretária, 2 crianças esc.4 e 5]

No caso da nossa família, não vamos com filhos e netos porque de facto custa dinheiro. De maneira que se for gratuito é realmente bom e apelativo para as pessoas.

[H6, 79 anos, modal.E, reformado, 3 crianças esc.3 e 5]

5.2.7. Influências culturais

O comportamento de um indivíduo enquanto consumidor cultural recebe fortes influências de vários aspetos, nomeadamente da família onde cresceu (inserida num determinado contexto socioeconómico), da sua escolaridade (grau de habilitação e áreas de estudo), da profissão que exerce, do grupo social onde se insere e dos *media* (pelos quais a cultura é publicitada).

As declarações que se seguem são de entrevistados que reconhecem a influência que as suas famílias exerceram sobre si no que respeita a práticas culturais.

O ir a museus deve-se sem dúvida à cultura que os nossos pais nos transmitiram e nos levaram. Lembro-me de ir ao museu dos coches com os meus pais...fui bastante a museus com os meus pais

[H1, 37 anos, modal.D, téc.gestão, 1 criança esc.1]

A minha tia. Eu tenho uma tia que é muito próxima (...) e ela é que me vai dizendo “Olha, vai ver esta exposição, vale a pena”. Vai-me dando as coordenadas desde que eu era pequena.

[M4, 41 anos, modal.A, téc. marketing, 1 criança esc.1]

O papel educacional da família de origem é fundamental para um indivíduo ter práticas culturais consolidadas, no entanto esse papel tem de ser complementado com o das escolas. No geral, os indivíduos que mais frequentam museus têm níveis de escolaridade elevados. O mesmo se aplica ao número de visitas ao ME: dos visitantes que foram 4 vezes ou mais ao museu 75% tinha curso superior²⁷.

Entre os entrevistados também se encontram aqueles que nunca praticaram qualquer atividade cultural com a família de origem.

²⁷ Na amostra dos entrevistados isso não se revela pois a diversidade dos graus de escolaridade foi um dos critérios de seleção dos visitantes para entrevistar.

Eu não me lembro de ir a um único museu com os meus pais.
[M9, 42 anos, modal.A, Secretária, 2 crianças esc.4 e 5]

Os meus pais nunca me levaram a lado nenhum. Não íamos a concertos, não me levava ao cinema, não nada. (...) O que importava era ir para a escola, depois ir para casa, e eu era um revoltado. (...) Fiz uma carrada de passeios culturais porque tive de arranjar outra forma. Era aquilo que eu queria e ninguém me levava. Ao cinema fui já depois de ter crescido...
[H5, 37 anos, modal.B, gerente, 2 crianças esc. 3 e 4]

Quando a família não incentiva as suas crianças à cultura não significa que estas quando forem adultas não tenham qualquer prática cultural, como comprovam os testemunhos anteriores. Os próximos depoimentos destacam outras influências relativas aos interesses e às práticas culturais: a escola (através de professores), os amigos e os cônjuges.

Ao longo da sua vida quem foram os principais responsáveis para o fazer gostar de ir a museus?

Tu Júlia (a cônjuge) é que me entusiasma muito a ir. Até porque antes de estar contigo tinha poucos hábitos culturais e agora gosto imenso./ Não foram os meus pais que me levaram a museus ou teatros. Graças a deus tive a sorte de ter bons professores e de te ter a ti.

[H4, 40 anos, modal.A, gestor, 1 criança esc.1]

No meu caso foi claramente a minha tia e depois tenho um grupo de amigas que são bastante atentas à cultura também.

Costuma ir com elas a museus?

Também. Fomos à exposição do Brahams no MNAA com uma amiga nossa. E tenho uma outra amiga de infância que vai sempre comigo a concertos.

[M4, 41 anos, modal.A, téc. marketing, 1 criança esc.1]

Para além da influência exercida pela família de origem, pela escola, pelos amigos e pelos cônjuges, falta ainda mencionar mais uma: a profissão. Os entrevistados seguintes afirmaram que a sua profissão despertou-os para certos interesses e consolidou-os. Curiosamente trabalham ambos com crianças.

A mim foi o trabalho. Fui monitor num ATL.

Antigamente trabalhava com crianças e então ia lá várias vezes.

[H9, 48 anos, modal.A, Téc. em lar de idosos, 2 crianças esc.4 e 5]

Quando estou a orientar uma atividade para eles (os meninos do jardim de infância) também penso um pouco neles. Tenho de lhes dar um pouco de tudo: da preservação do meio ambiente, da formação pessoal e social, da arte... Para isso tenho de fazer pesquisa e assim acabo por reforçar as minhas escolhas, os meus valores e tudo aquilo que gosto

[M10, 36 anos, modal.C, Educ. Infância, 1 criança esc.4]

B) CONTEXTOS DA VISITA

5.2.8. Motivos para levar a crianças a museus

Vários são os motivos que levam as famílias a visitarem museus, dos quais se destacam a sociabilidade e a aprendizagem (McManus, 1994).

Sociabilidade

O museu é um espaço propício à interação (sociabilidade) entre os vários membros de uma família:

Porque tem 10 anos e (...) é uma excelente companhia/ A Mariana é criança ainda por isso posso aparvalhar muito com ela e posso ser criança como ela

[M2, 34 anos, modal.G, téc. gestão de rh, 1 criança esc.3]

Levámos os miúdos e fomos almoçar. Fazemos isso de vez em quando. (...) Era engraçado ir ao ME porque tinha lá a tal exposição de fotografia que a minha neta gostava de ver e assim passámos um bom bocado com eles.

[H6, 79 anos, modal.E, reformado, 3 crianças esc.3 e 5]

Afortunadamente houve a oportunidade de contactar pessoalmente com os 3 netos deste senhor que foram com os avós ao ME. Os netos admitiram não ter muito tempo para dedicar aos avós mas que procuravam fazer programas entre eles ocasionalmente, não necessariamente em museus.

É também por uma questão de sociabilidade que o entrevistado seguinte leva os seus filhos a museus:

Os meus filhos vivem com a mãe por isso quando estou com eles quero que passemos bons momentos juntos (...) Eles são um bocado agarrados à internet e ao computador, e eu também, e tento combater isso ao fim-de-semana.

[H5, 37 anos, modal.B, gerente, 2 crianças esc. 3 e 4]

Tal como este pai, muitos outros pais divorciados aproveitaram o fim-de-semana da aplicação do questionário para visitar o ME: 14,8% das famílias era composta por progenitores divorciados e os seus filhos.

A entrevistada seguinte também levou os seus filhos ao ME para socializarem, não tanto com ela mas sobretudo com outras crianças, pois eles passam os dias com a mãe:

Mas tento o mais possível organizar encontros de mães com os filhos porque é importante para as minhas crianças socializarem, não só comigo mas também com outros pares. Se eles não vão

ao jardim-de-infância tenho de lhes proporcionar situações para que eles sejam crianças que socializem não só entre eles.

[M8, 31 anos, modal.B, Doméstica, 4 crianças esc.1 e 2]

Sendo assim, para esta mãe a principal motivação para ir ao ME foi levar as suas crianças a conviver com outras.

Aprendizagem

Um terceiro motivo que leva não só as famílias mas também todos os visitantes a museus é a aprendizagem. No que respeita ao ME, destaca-se aqui motivos que levam as famílias a visitarem as duas maiores exposições lá patentes durante o estudo, a Central Tejo (exposição permanente) e a WPP (exposição temporária). Na exposição permanente as famílias pretendem sobretudo ensinar às suas crianças vários aspetos relacionados com a eletricidade:

Talvez agora quando a Cláudia for um bocadinho mais crescida para lhe explicar a evolução e para lhe explicar que ali é que começou a eletricidade em Portugal.

[H1, 37 anos, modal.D, téc.gestão, 1 criança esc.1]

(...) fiquei a conhecer a história do museu, as condições em que as pessoas trabalhavam, estas maquinarias gigantescas...portanto sensibilizou-me imenso e mexeu um bocadinho comigo de forma positiva, e daí associar a aprendizagem. É um bocado por isso que trago a minha sobrinha.

[M2, 34 anos, modal.G, téc. gestão de rh, 1 criança esc.3]

Vim novamente à exposição da Central porque os miúdos estão entretidos e aprendem muito. Principalmente para dar as realidades do antigamente às crianças.

[M3, 45 anos, modal. F, Formadora, 1 criança esc.3]

Por outro lado, a WPP é uma exposição de um carácter completamente diferente da exposição permanente mas mesmo assim o sentido de aprendizagem mantém-se:

Porque para além de o meu marido ser apaixonado por fotografia, há ali coisas que eles veem de outros países e isso é importante para eles terem conhecimento de outras realidades.

[M9, 42 anos, modal.A, Secretária, 2 crianças esc.4 e 5]

Grande parte das famílias afirmaram ter a intenção de ensinar algo às suas crianças ao ir a museus mas os adultos também pretendem aprender alguma coisa, tirando assim partido também dos próprios interesses:

Porque no fundo eu também venho para aprender. Nós somos crescidos mas não sabemos tudo, há coisas que nos escapam portanto também é uma atitude pedagógica para mim.

[M2, 34 anos, modal.G, téc. gestão de rh, 1 criança esc.3]

5.2.9. Desenvolvimento de hábitos culturais nas crianças

Será que as famílias têm noção da importância do seu papel de educadoras culturais para as suas crianças? Quais serão as suas estratégias para lhes inculcar hábitos culturais?

A tomada de consciência da importância dos hábitos culturais é transversal a quase todas as famílias entrevistadas. Estas concordam no sentido que devem inculcar hábitos nas suas crianças desde cedo:

Agrada-me a ideia de os miúdos desde pequenos poderem começar a ambientar-se. Isto é como a leitura...é preciso inculcar neles desde cedo os hábitos de leitura. (...) Já costumávamos ir os 2 (o casal) a museus e outras exposições, agora vamos os 3.

[M4, 41 anos, modal.A, téc. marketing, 1 criança esc.1]

Apesar de ela ter só 17 meses ela vai-se apercebendo. É de pequenino que se torce o pepino e se educam as pessoas. Porque se ela não aprender até aos 4 ou 5 anos que deve gostar de ir a museus, nunca mais vai aprender... Quero ensiná-la que devemos ir aos museus, que podemos aprender com o que lá está e eu acho que ela vai ser uma miúda que vai gostar de acompanhar o pai.

[H1, 37 anos, modal.D, téc.gestão, 1 criança esc.1]

Para além disso, ainda há pais que reconhecessem que a escola tem um papel importante na educação cultural dos filhos mas que esse trabalho tem de ser complementado pelas famílias das crianças.

Tentamos despertá-los um pouco para tudo, é muito para as artes porque é importante. Se calhar interagem mais com a ciência do que com as artes por causa da escola. Por isso é que nós tentamos-lhes dar a outra parte que aquilo que a escola não lhes dá.

[M7, 49 anos, modal.A, Bióloga, 2 crianças esc.3 e 4]

Esta visitante trabalha na área das ciências, é bióloga, enquanto o seu cônjuge trabalha na área das artes, é fotógrafo. O casal manifestou um claro interesse levar os seus filhos a contactar com diversas áreas do saber de modo a ampliar-lhes a visão sobre quais as áreas a seguir quando tiverem de tomar as decisões académicas e profissionais.

5.2.10. Motivos para não levar as crianças

O facto de terem crianças pode ser um motivo para uma família não visitar uma determinada exposição. Quais são os critérios?

Paralelamente aos motivos que levam os adultos a levar as suas crianças a museus, também foram detetados 2 motivos que eles têm para não as levarem, de naturezas bem diferentes. Um motivo está relacionado com o conteúdo da exposição e o outro com questões mais práticas. Como foi possível constatar, grande parte dos pais preocupam-se com o que os filhos consomem culturalmente e, deste modo, fazem uma triagem daquilo a que os filhos podem ou não aceder. No que respeita a WPP, as edições anteriores foram pautadas por uma notória violência que se refletiu na opinião destas famílias:

Não costumamos ir a todas (as edições da WPP). Houve uma altura em achávamos que a exposição estava muito violenta, muito óbvia, muito exposta e deixámos de ter interesse em mostrá-la aos nossos filhos. Este ano mudaram o conceito e já não foi aquela violência, de ver os mortos todos ali e o sangue

[H7, 46 anos, modal.A, Fotógrafo, 2 crianças esc.3 e 4]

Se calhar quando ela (a filha) tiver entre os 5 e os 13 anos vou ter algum receio de lhe mostrar algumas coisas. É melhor ver primeiro na net...

[H1, 37 anos, modal.D, téc.gestão, 1 criança esc.1]

Ainda este último entrevistado justificou não ter ido à WPP na edição anterior devido à idade da filha:

Fui sempre à WPP e foram as únicas exposições que lá fui (ver). (...) No ano passado a Cláudia (a filha) era muito pequenina e não fui por questões de logística, carrinho...

[H1, 37 anos, modal.D, téc.gestão, 1 criança esc.1]

Quando os filhos ainda são bebés requerem uma série de cuidados que com os mais crescidos não é preciso. Para os museus receberem famílias com os seus bebés é necessário oferecer condições básicas como por exemplo fraldário ou elevador. A entrevistada seguinte tem um bebé e também partilha desta opinião:

Para receber as crianças mais pequenas é importante o museu ter um elevador, um acesso fácil para os carrinhos, fraldário, ter um espaço para os miúdos.

[M4, 41 anos, modal.A, téc. marketing, 1 criança esc.1]

5.2.11. Os adolescentes da família

Das famílias entrevistadas 2 delas levaram ao museu filhos ou netos com mais de 15 anos²⁸. É interessante analisar os motivos destes jovens para irem ao ME com a sua família pois são indivíduos que, de forma geral, já têm o direito da escolha entre acompanhar ou não a família. Assim como também é interessante analisar os motivos que têm para não irem. O primeiro testemunho é de uma senhora que tinha planeado ir com as duas sobrinhas ao ME, uma com 10 anos e outra com 14, mas acabou por ir só com a mais nova pois a sobrinha adolescente tinha outras prioridades:

A irmã da Mariana já está nos 14 anos e tinha uma festa nesse dia e queria ir arranjar as unhas...Ela queria muito vir mas depois começou a ver o tempo que não tinha tempo para as unhas e para ir ao jantar com os amigos. A mãe disse-lhe “Tens de fazer uma opção. Só podes ir a uma coisa. O que é que preferes?”. E ela preferiu ir arranjar-se.

[M2, 34 anos, modal.G, téc. gestão de rh, 1 criança esc.3]

As famílias que se seguem levaram todas adolescentes ao ME e apresentaram os seus motivos para tal:

O Joel (14 anos) já tem muita curiosidade porque vê o pai a trabalhar com as fotografias. Não se interessa por tirar fotografias mas por aquilo que a fotografia representa.

[M10, 36 anos, modal.C, Educ. Infância, 1 criança esc.4]

O meu filho mais velho (16 anos) interessa-se por história, por isso gosta de visitar museus e vai sempre connosco.

[M9, 42 anos, modal.A, Secretária, 2 crianças esc.4 e 5]

Foi a exposição das fotografias (que fomos ver) porque a minha neta mais velha (18 anos) gosta muito de fotografia e de arte. (...) Era engraçado ir passear e ela quis ir (ao ME) porque havia essa exposição de fotografia.

[H6, 79 anos, modal.E, reformado, 3 crianças esc.3 e 5]

Todos estes adolescentes acompanharam as suas famílias na visita ao ME pois tinham interesse nas exposições que visitaram. Nos dois primeiros casos esse interesse era partilhado com as próprias famílias. No primeiro testemunho denota-se a clara influência que o pai exerceu sobre o seu filho através da prática de fotografia. Deste modo prova-se mais uma vez a responsabilidade da família na construção dos perfis, culturais e não só, dos seus filhos. No

²⁸ Tendo em conta que este estudo engloba apenas famílias com pelo menos um elemento com 14 anos de idade ou menos, estas famílias em questão têm obrigatoriamente mais um elemento

segundo testemunho o jovem mencionado tem um forte interesse por História. Este assiste a séries, filmes, documentários históricos, assim como também lê revistas e faz pesquisas sob a mesma área temática, e inclusivamente é nesta área que pretende licenciar-se. Os seus amigos, da mesma idade, não partilham do mesmo interesse e portanto nunca foi com eles a um museu, à exceção das visitas escolares. Um dos principais contactos que este jovem teve com a História desde cedo foi nas idas aos museus, tanto com a escola como com os pais que, apesar de terem poucas capacidades económicas e de terem baixos níveis escolares, vão frequentemente a museus. Esta prática mostrou ser preponderante na formação do filho. Este rapaz tem uma irmã mais nova, com 11 anos, que também acompanha a família em todas as práticas culturais mas no entanto não partilha do interesse do irmão.

No caso do último testemunho, a adolescente (18 anos) era a única da família com interesse em ir ao ME ver a WPP e como a família (avós e netos) tinham planeado ir passear naquele dia, acabaram por ir todos juntos. Apesar disso, no final todos os elementos do grupo familiar ficaram satisfeitos com a visita. Esta família destaca-se das outras pois não têm por hábito visitar museus em família, ao contrário dos casos anteriores. A neta em questão, com 18 anos de idade, interessa-se por arte, mais especificamente por fotografia, e costuma visitar museus apenas com a escola. Neste caso a escola exerceu uma forte influência cultural para esta jovem que agora, por sua vez, está a transmiti-la à sua família.

5.2.12. Iniciativa da visita

Qual é o elemento da família que lança a ideia de irem visitar um museu ou uma exposição? A que tipo de museus é que as crianças pedem para ir? Como foi na visita ao ME?

Quando uma família visita um museu a iniciativa tanto pode partir dos adultos, como dos elementos jovens, como no caso da família anteriormente mencionada, onde foi a neta mais velha que tomou a iniciativa da visita. Tal como este também foram identificados outros casos onde são os elementos mais novos da família que pedem para praticar alguma atividade cultural:

Agora (os enteados, com 12 e 14 anos de idade) dizem que gostavam de ir ao Porto porque nunca foram. O ano passado fomos a Bragança porque eles também pediram para ir. Eles próprios já têm o intuito de pedir. Como já são crescidos já sabem aquilo que lhes agrada e que menos agrada. (...) Eles já pedem, já questionam, já perguntam se podemos ir...

[M10, 36 anos, modal.C, Educ. Infância, 1 criança esc.4]

Sim sim ela costuma pedir. Depois de termos vindo aqui ao ME já fomos ao Pavilhão do Conhecimento. (...) E é por esse tipo de coisas que ela por vezes manda uma mensagem a dizer “ah tia, quando é que almoçamos outra vez?”

[M2, 34 anos, modal.G, téc. gestão de rh, 1 criança esc.3]

O primeiro testemunho é de uma senhora em relação aos seus 2 enteados. Apenas o mais velho (14 anos) é que foi à exposição. A enteada mais nova também manifestou vontade em ir mas nesse fim-de-semana encontrava-se com a mãe. Quando a família está reunida (pai, filhos e madrasta, que é a entrevistada) praticam várias atividades culturais em conjunto e muitas vezes a iniciativa parte dos dois jovens. Mas isto acontece apenas agora que eles são mais “crescidos”. No caso da visita à WPP foi o pai que tomou a iniciativa mas o interesse pela fotografia era mútuo.

O segundo depoimento é dado por uma senhora que foi ao ME com a sobrinha de 10 anos de idade. A tia e a sobrinha costumam reunir-se cerca de 2 a 3 vezes por mês para passarem algum tempo agradável juntas. A iniciativa de se reunirem não parte apenas da tia mas também da sobrinha muitas vezes. Quanto à visita ao ME foi a tia que sugeriu a sua visita porque ouviu falar que era um espaço interessante para as crianças. Mas apesar destes exemplos, entre as famílias entrevistadas que visitaram o ME, a sugestão da visita só partiu de um elemento mais jovem no caso da família composta por avós e netos. Todos os outros casos foram os adultos que tomaram a iniciativa da visita.

Como foi referido anteriormente, existem vários motivos que levam os visitantes ao ME. No caso das famílias, há pais que vão por usufruto próprio, outros para cativar os filhos à cultura, e outros que equilibram estes dois objetivos:

Disse “Eu vou hoje À WPP. Quem quiser vem, quem não quiser não vem”.

[H1, 37 anos, modal.D, téc.gestão, 1 criança esc.1]

Por acaso fui eu. Queria ver a WPP. Eles não estavam para aí virados.

[H5, 37 anos, modal.B, gerente, 2 crianças esc. 3 e 4]

Estes depoimentos são de senhores que visitaram o ME com a família mas apenas eles tinham vontade em ir. No primeiro caso a visita foi feita com a filha, a esposa e também com a sogra, que se estava com eles naquele fim-de-semana. A entrevistada tinha um especial interesse em ver a WPP pois faz fotografia amadoramente, e o resto da família, que queria passar a tarde em conjunto, acabaram por ir também. O segundo testemunho é dado por um pai

separado que apenas está com os seus filhos ao fim-de-semana. As únicas oportunidades que tinha para ir ver a WPP eram ao fim-de-semana e assim, os filhos que estavam ao seu encargo acompanharam-no na visita.

É de salientar que 3 dos adultos que incorporavam as famílias entrevistadas na visita ao WPP são fotógrafos: 1 é profissional (H7) e os outros 2 têm a fotografia como *hobbie* (H1 e o cônjuge de M10). Na situação destas 3 famílias o membro mais influente na visita à WPP foi obviamente o fotógrafo.

5.2.13. Intenções prévias

Todas as famílias entrevistadas planearam a visita ao ME. Cinco das famílias planearam a visita cerca de 2 a 3 semanas antes contudo, acabaram por adiá-la sempre até ao último fim-de-semana em que a exposição estava patente, que coincidiu (propositadamente) com o período da aplicação dos questionários²⁹:

Já andávamos a falar disso há cerca de 2 semanas ou 3. Só que fomos adiando e só conseguimos ir no último dia mesmo

[M4, 41 anos, modal.A, téc. marketing, 1 criança esc.1]

Nós estávamos à procura de alguma coisa para fazer em conjunto no fim-de-semana. (...) Tínhamos falado disso 2 ou 3 semanas antes e acabámos por deixar mesmo para o último dia.

[M10, 36 anos, modal.C, Educ. Infância, 1 criança esc.4]

Entre as restantes família, 2 têm por hábito ir à WPP anualmente e as outras 3 planearam a visita até 1 semana de antecedência.

Outro aspeto em comum entre todas as famílias entrevistadas foi o facto de se terem deslocado propositadamente ao ME. Algumas delas aproveitaram o dia para desfrutar da zona, como por exemplo ir almoçar às Docas, ir passear, ir aos pastéis de Belém ou simplesmente descansar ou brincar nos jardins circundantes ao museu:

Nós fomos ao museu à parte da brincadeira. E depois saímos do museu quando eles começaram a ficar um bocado com fome. Ficaram cá fora no jardim a brincar, no relvado.

[M8, 31 anos, modal.B, Doméstica, 4 crianças esc.1 e 2]

²⁹ Geralmente nos últimos dias em que determinada exposição está patente a quantidade dos seus registos de ingressos aumenta.

Deste depoimento salienta-se a importância de um espaço verde ou uma esplanada junto aos museus. Quando um museu contempla esses espaços, permite os seus visitantes permanecerem mais tempo no seu interior e desfrutarem momentos de lazer. Como foi referido anteriormente, as famílias procuram bastante passar algum tempo em conjunto ao ar livre, e gostam de museus com as duas valências:

(...) não estou a ver um melhor programa do que ir a um museu ou a um jardim, ou a um museu com jardim
[H1, 37 anos, modal.D, téc.gestão, 1 criança esc.1]

A maioria das pessoas que se deslocaram ao ME na semana da aplicação do questionário foi propositadamente para ver a WPP³⁰. Este facto reflete-se nas intenções de visita das famílias entrevistadas, onde 8 delas pretendiam ver especialmente a WPP, uma foi apenas ao museu e nem sabia da existência da WPP e ainda outra tinha planeado ver ambas as exposições. Curiosamente nenhuma das famílias foi ao ME propositadamente para ver as outras duas exposições temporárias: a Newspapers e a Lei de Ohm. Provavelmente isso deve-se ao facto de serem de menores dimensões e de terem sido menos publicitadas em relação às outras duas mais visitadas. Depois de estarem no museu e ver a exposição pretendida, alguns visitantes aproveitaram para ver outras.

5.2.14. Preparação da visita

E será que a visita ao ME foi planeada? Com quanto tempo de antecedência? E o que fizeram para além de visitar o ME naquele dia em Belém?

Entre as 10 famílias entrevistadas apenas uma preparou a visita ao ME. Todas as outras não pesquisaram sobre a exposição que iam ver ao ME, nem costumam fazê-lo quando vão a qualquer outra exposição. No geral, só tinham conhecimento daquilo que aparecia na publicidade: que era uma exposição de fotojornalismo e qual a fotografia vencedora. Na única família que procurou saber mais sobre a exposição antes de a ir visitar, a pesquisa foi feita pelo “chefe de família”, que também é fotógrafo nos seus tempos livres:

³⁰ Não contando com as visitas em grupos organizados, como por exemplo escolares.

Foi o Diogo que fez a pesquisa e depois chamou-nos. Quando cheguei ele já estava a ler e depois eu e o Joel acabámos por nos sentar todos à volta do computador. Ele explicou e eu até li em voz alta para os 2 (...) Mostrou-nos textos, as fotografias e um comentário num jornal.

[M10, 36 anos, modal.C, Educ. Infância, 1 criança esc.4]

Esta família não tem por hábito preparar as suas visitas mas fê-lo na WPP pois era uma exposição que lhes interessava mais. A entrevistada afirmou que esta preparação tornou o seu olhar mais informado e atento sobre exposição e mostrou vontade de voltar a fazê-lo sempre que for à WPP nos próximos anos.

C) EXPERIÊNCIA DA VISITA

5.2.15. Tempo

Quanto tempo durou a visita das famílias ao ME? Será que a presença das crianças teve influência na duração da visita? Como?

Os visitantes foram questionados acerca do tempo aproximado das suas visitas, ao qual deram respostas aproximadas. Houve duas famílias que estiveram no máximo 1h no ME, quatro entre 1 e 1h30, três entre 1h30 e 2h e apenas uma esteve no ME mais de 2h.

Vários são os fatores que influenciam o tempo despendido em cada exposição. Um deles é o facto de se estar acompanhado de crianças que requerem atenção. A visitante M9 admitiu que a sua visita demorou mais do que se estivesse sem a sua filha, pois parte do tempo é despendido a dar explicações à jovem:

Demorámos cerca de 1h30. Para se ver como deve de ser não pode ser menos. Porque depois eles fazem sempre perguntas, principalmente ela que é mais pequenina, e temos de lhe explicar as coisas para ela não ficar com aquela violência na cabeça. Temos de explicar sempre as coisas por isso demoro sempre mais do que se fosse sozinha.

[M9, 42 anos, modal.A, Secretária, 2 crianças esc.4 e 5]

Por outro lado, a duração da visita em cada uma das exposições também depende de outros fatores como dos graus de escolaridade dos visitantes ou da frequência de visitas a museus. Os indivíduos com maior escolaridade têm tendência em permanecer mais tempo em cada exposição, assim como aqueles que visitam museus mais frequentemente.

5.2.16. Percursos na área expositiva

Que exposições é que visitaram no ME? A seleção das exposições a visitar dependeu de que fatores? A quantidade de exposições visitadas está relacionada com a quantidade de visitas feitas ao ME? Quem repetiu a visita à exposição permanente? Porquê? Porque razões as exposições temporárias foram menos visitadas?

Quatro das famílias entrevistadas visitaram apenas uma exposição, quatro visitaram duas, uma visitou três e só uma visitou quatro. A exposição mais visitada foi a WPP (9), depois foi a Central Tejo (6), seguindo-se da Newspapers (3) e por fim a Lei-de-Ohm (1).

A escolha das exposições a visitar dependeu de vários fatores, entre os quais: a modalidade de acompanhamento, as intenções de visita, o tempo disponível, o conhecimento prévio do ME e os interesses pessoais e profissionais.

A quantidade de exposições visitadas está relacionado com a frequência de visitas ao ME. As famílias, cujos elementos nunca estiveram no ME têm tendência a visitar mais exposições, como se pode ver no quadro 7.

Por outro lado, as famílias que repetem a visita ao ME veem menos exposições. No caso da semana em que se aplicou o inquérito, 74,7% dos visitantes que voltaram ao ME foi precisamente para verem a WPP pois esta era novidade. Um dos objetivos das exposições temporárias é mesmo fazer com que os visitantes voltem.

Já cá estive 2 vezes ou 3. A exposição permanente só vi uma vez. Das outras vezes estive foi nas exposições temporárias.

[M4, 41 anos, modal.A, téc. marketing, 1 criança esc.1]

Os que voltam à exposição permanente é para reavivar a memória ou para satisfazer a vontade dos mais pequenos que gostam bastante da zona interativa da exposição, o Experimentar. Das famílias entrevistadas não estreadas no ME, 3 voltaram a esta exposição:

O objetivo era mesmo ver a WPP. Até porque à permanente nós já tínhamos ido lá, mas espreitámos e fomos ver outra vez.

[H7, 46 anos, modal.A, Fotógrafo, 2 crianças esc.3 e 4]

No geral, os mais jovens já foram mais vezes a esta instituição pois foram com os pais e com a escola, sendo estes quem conhece melhor o museu. É comum ver-se no museu crianças

a pedir aos pais para irem à exposição permanente pois já sabem que lá existe um espaço mais lúdico.

Cada uma das famílias ao dirigir-se ao ME tinha em mente visitar determinada exposição. Oito vieram propositadamente para a WPP, uma para a Central Tejo, e uma para ambas as anteriores. Assim, nenhuma destas famílias pretendia ver obrigatoriamente a Newspapers ou a Lei de Ohm. No geral, a WPP foi mais procurada por adultos para satisfazer os seus interesses e curiosidades, enquanto a Central Tejo foi mais procurada pela sua vertente lúdica mais adequada às crianças. A visitante M2 visitou ambas as exposições de modo a conciliar os seus interesses e da sobrinha que estava consigo:

Eu vim propositadamente para a WPP e ela veio mais pela curiosidade de conhecer o museu. Isto serviu os interesses de cada uma. Uma gostava mais de uma coisa, a outra gostava mais da outra, e assim juntámos o útil ao agradável. Ficámos as duas contentes. E ela depois também viu a exposição (a WPP), também foi giro.

[M2, 34 anos, modal.G, téc. gestão de rh, 1 criança esc.3]

Tanto a exposição Newspapers como a Lei de Ohm receberam poucos visitantes (17 e 24 grupos em família, respetivamente). Estas são exposições de arte contemporânea e assim não atraem todo o tipo de público, muito menos as crianças. No caso da visitante M3, as crianças do seu grupo de visita preferiram ficar no Experimentar enquanto ela e a amiga visitavam a exposição Newspapers:

Estivémos na temporária (Newspapers) e eles ficaram aqui (no Experimentar) a brincar um bocadinho, mas não vimos mais nada. Assim estivemos na WPP, depois eles (os filhos) estiveram na parte final das crianças e enquanto eles lá estiveram nós (as adultas) fomos ver a temporária. (...) Entraram connosco na Newspapers mas disseram que iam brincar. Fugiram. A gente ainda fez um esforço mas...

[M3, 45 anos, modal. F, Formadora, 1 criança esc.3]

Outro motivo que levou a visitante M8 a não visitar nenhuma das exposições temporárias foi a modalidade de acompanhamento. Ela encontrava-se sozinha com 4 crianças que se mantinham mais entretidas no Experimentar:

Nós fomos só à parte das crianças (o Experimentar), apesar de eu ter algum interesse em ver o resto mas com tantos não dava. Passado um tempo cansam-se logo.

[M8, 31 anos, modal.B, Doméstica, 4 crianças esc.1 e 2]

Para além disso, alguns dos visitantes mais distraídos nem sequer repararam na existência destas duas exposições, como confirmou metade dos entrevistados, pois encontram-se em locais do museu mais discretos.

Como foi referido anteriormente, a zona do “Experimental” na exposição permanente é o espaço mais procurado para e pelas crianças pois é onde se encontram os módulos interativos e lúdicos. No geral os visitantes desconhecem o nome desta zona da exposição, que foi frequentemente apelidada por “zona das brincadeiras” ao longo das entrevistas:

Já fizemos foi aquelas brincadeiras que têm lá em baixo (na zona do Experimental).

[M9, 42 anos, modal.A, Secretária, 2 crianças esc.4 e 5]

Eu também gosto de brincar com aquilo, a realidade é essa. (...) ver a câmara da temperatura, etc.

[H5, 37 anos, modal.B, gerente, 2 crianças esc. 3 e 4]

Estivemos ali a brincar.

[M3, 45 anos, modal. F, Formadora, 1 criança esc.3]

A família da entrevistada M8 foi a única que se dirigiu ao ME para visitar propositadamente a Central Tejo. Esta mãe optou por vir ao ME e não outro qualquer pois já tinha ouvido falar que era um museu apelativo às crianças.

Um serviço de restauração no museu, cafetaria e esplanada foram espaços procurados por muitos visitantes mas momentaneamente o ME encontrava-se sem esse tipo de serviços. No caso particular das famílias procuravam esses espaços também para dar o lanche aos seus filhos. O lanche acabava por ser dado nos bancos que se encontravam no exterior ou mesmo no *hall* do museu.

5.2.17. Aquisição de conhecimento

Quem é que pede visita guiada e porquê? E quais as razões de não se fazer visita guiada? Quem é que lê os textos explicativos? De que modo é que a presença das crianças influências estas escolhas e comportamentos?

Um dos motivos que leva as pessoas a museus é a sua vertente pedagógica. Uma das vias possíveis de aprender mais sobre a exposição é com as visitas guiadas³¹. No entanto, entre os 6 entrevistados que visitaram a exposição permanente apenas um teve visita guiada. Alguns deles admitem que “a visita com guia faz toda a diferença”, sobretudo quando não dominam o assunto da exposição. Mas existe um fator transversal a vários entrevistados que os leva a fazer visita livre, sem guia: estar à vontade vendo a exposição sem um ritmo imposto, sobretudo se estiverem acompanhados de crianças pequenas³².

Porque não pede visita guiada?

Porque costumam vir crianças (os filhos dos amigos) que andam para trás e para a frente...são muito pequeninas ainda e têm de ir à vontade delas.

[M3, 45 anos, modal. F, Formadora, 1 criança esc.3]

Não queremos guias. Vamos vendo e vamos andando.

[H6, 79 anos, modal.E, reformado, 3 crianças esc.3 e 5]

Não, para podermos andar mais à vontade, vamos ao nosso ritmo.

[M9, 42 anos, modal.A, Secretária, 2 crianças esc.4 e 5]

Para o visitante aprender sobre o conteúdo expositivo há outra alternativa às visitas guiadas que é a leitura dos textos explicativos, folhas de sala ou legendas da exposição. A postura que um visitante toma quando está sozinho nunca é a mesma se estivesse acompanhado, muito menos por crianças. Se o adulto está acompanhado por uma criança até cerca de 5 anos tem tendência a não ler tantas legendas como desejaria pois esta requer atenção.

Leu os textos explicativos presentes nas exposições?

Algumas. Todas não porque tínhamos o Miguel e já lá estávamos há algum tempo. Sempre que possível leio mas nesse dia não consegui ler todas.

³¹ Na semana de aplicação do questionário foram realizadas visitas guiadas apenas à exposição permanente. Também podia haver visita guiada nas exposições Lei de Ohm e Newspapers mas nenhum visitante se mostrou interessado.

³² Para contornar esta situação da imposição de um ritmo de visita, o visitante H1, sempre que possível, costuma pedir um áudio-guia nas exposições ou monumentos (o ME não tem áudio-guias).

[M4, 41 anos, modal.A, téc. marketing, 1 criança esc.1]

Por outro lado, as famílias com crianças mais crescidas já lhes tentam explicar o conteúdo da exposição e para isso têm geralmente de ler os textos explicativos.

5.2.18. Interações entre os elementos da família

Como é que as famílias se comportaram durante a visita? Andaram sempre juntos ou separaram-se? Os adultos tomaram alguma atitude mais explicativa? Em que exposições? Dos que foram à exposição permanente quem “brincou” com as suas crianças nos módulos?

Dentro do ME, as famílias têm tendência a visitar as exposições em conjunto. Porém dentro de cada exposição nem sempre se mantêm juntos. Durante o período que a WPP esteve patente verificou-se que há uma diferença comportamental das famílias entre esta exposição e a permanente, relativamente a este aspeto. Enquanto na exposição permanente as famílias tendem a permanecer juntas, na WPP não se observou o mesmo. Famílias que visitaram ambas as exposições assumiram comportamentos diferentes:

A família permaneceu sempre junta?

MC: Não. (Na WPP) Era eu que estava com os miúdos mas no final juntámo-nos na permanente. Eu e os miúdos acabámos mais cedo na fotografia o Mário ainda lá ficou a ver uma foto ou outra.

[M7, 49 anos, modal.A, Bióloga, 2 crianças esc.3 e 4]

Entre as famílias entrevistadas houve 5 que se mantiveram juntas ao longo de todo o percurso, e as outras 5 que se separaram. As 5 famílias que se dispersaram entre si na WPP (não foi detetado esse tipo de situações na exposição permanente) tiveram motivos diversos: um dos adultos do grupo era especialmente interessado em fotografia, a criança queria gatinhar e um dos adultos tinha de lhe dar atenção, ou os mais jovens do grupo em família já tinham autonomia suficiente para fazer uma visita independente dos adultos, como se pode observar nos excertos seguintes:

Andámos sempre juntos até que a Cláudia decidiu ir para o chão e então havia sempre um que tinha de andar atrás dela.

[H1, 37 anos, modal.D, téc.gestão, 1 criança esc.1]

Eu (andei) com a Rafaela (11 anos) e o Tomé (16 anos) andou disperso, já não anda ali ao meu lado.

[M9, 42 anos, modal.A, Secretária, 2 crianças esc.4 e 5]

No caso das famílias com crianças, que são o alvo deste estudo, a interação era mais forte, sobretudo entre os adultos e as crianças, e não tanto entre os adultos. No caso da WPP as famílias que se mantinham juntas comentavam as fotografias entre si, faziam explicações às crianças sobre o conteúdo expositivo e as crianças eram muitas vezes chamadas à atenção pelos adultos para certas fotografias ou mesmo para se afastarem delas. Algumas das fotografias eram de teor mais violento e observou-se adultos a explicar aos mais pequenos as razões que originaram aqueles cenários ou até mesmo a afastá-las da fotografia. O filho da visitante M3 tem 7 anos e a mãe faz questão de lhe explicar a exposição e de seleccionar o que ele pode ver, assim como a visitante M2 e tantos outros adultos o fizeram:

Na WPP fiz o enquadramento dos assuntos, ajudei na interpretação e escolhi as fotos que poderia ver (...) Ele ainda é pequenino para entender a WPP. Precisa ali de umas introduções. (...) Ele ainda precisa muito de enquadramento se não acho que não percebe ou entende de outra forma

[M3, 45 anos, modal. F, Formadora, 1 criança esc.3]

Havia umas em que simplesmente passava à frente, outras que me puxava, noutras ficava um bocadinho mais presa. Puxei-a para a frente em algumas pela questão do sangue, quando havia marcas de guerra.

[M2, 34 anos, modal.G, téc. gestão de rh, 1 criança esc.3]

O enteado da visitante M10 já tinha 13 anos de idade e portanto também já trocava comentários com os outros membros da família:

Isto não foi combinado, mas cada um de nós lia a mesma legenda ao mesmo tempo e depois fazíamos os comentários. Estávamos desfasados numa fotografia ou outra mas andámos quase sempre juntos. (...) O próprio Joel (o enteado) é que comentou e fez as suas observações durante a exposição e criava o diálogo entre nós.

[M10, 36 anos, modal.C, Educ. Infância, 1 criança esc.4]

No entanto as interações entre os elementos das famílias era mais intensa na exposição permanente do que na WPP. Explicar a história e o funcionamento da Central Tejo é uma tarefa complicada pois não faz parte do conhecimento geral dos visitantes e por isso é comum ver os adultos a lerem as legendas para depois fazerem uma explicação às suas crianças. Nesta mesma exposição, na zona do Experimentar, a interação entre as gerações vai para além das

explicações³³. Nesta parte da exposição existem os módulos interativos que são manipulados tanto por adultos como por crianças. As crianças que têm até cerca de 10 anos de idade ainda precisam da ajuda dos pais para perceber como funcionam os módulos, exceto nos casos em que a criança esteja a repetir a visita à exposição permanente. As crianças que repetem esta visita lembram-se sempre deste espaço e é habitual serem elas a pedir aos adultos para passar por ali. As crianças mais pequenas, para além de precisarem das explicações, também requerem outras atenções. A visitante M9 foi ao ME com 4 filhos até 6 anos de idade e confessa não ser possível disfrutar da exposição livremente:

Eu nem explico muito nem os deixo completamente à solta, estou num nível intermédio. Eu tenho filhos tão pequeninos...que me ajudam a fazer uma coisa...se eu quiser disfrutar à vontade e borrifar-me para eles não consigo porque eles fazem questão de chamar a atenção. Por exemplo se estou a olhar para um quadro eles podem estar a subir num banco ou a tentar abrir a porta de emergência. Qualquer coisa do género. Portanto eu tenho de os manter ocupados e atentos porque se isso não acontece eles vão fazer asneiras. Isso ajuda-me, primeiro a aprender e depois a trocar por miúdos e explicar-lhes a eles. No fundo é uma ajuda mútua. Por exemplo ao MNAA é que não os levaria de certeza. É um perigo, eles destroem tudo.

[M8, 31 anos, modal.B, Doméstica, 4 crianças esc.1 e 2]

Por outro lado as crianças mais crescidas são mais independentes e tendem a ser elas a conduzir os adultos nesta parte da exposição ou seja, a criança escolhe o módulo que pretende manipular e o adulto vai atrás. Mas nesta parte da exposição não se verifica apenas interação entre elementos da mesma família. As crianças também interagem com as outras semelhantes presentes na sala e com os monitores que, ao fim-de-semana, encontram-se numa mesa no Experimental a explicar os mecanismos da eletricidade através de algumas experiências. Parte dos adultos que acompanham estas crianças mais independentes sentam-se nos bancos existentes naquela sala e ficam a vê-las brincar. Nestes bancos encontram-se sobretudo idosos.

5.2.19. Apreciações

As famílias gostaram de visitar o ME? Por que motivos? Quem fez a visita pela 1ª vez ficou impressionado ou dececionado? Quais foram os aspetos positivos e os negativos que

³³ Estas informações foram adquiridas empiricamente.

destacaram do ME? Conversaram com alguém sobre a visita? Com quem? O que disseram? O que mais os marcou?

A opinião geral dos visitantes acerca do ME é bastante positiva. As famílias mostraram-se satisfeitas com o museu independentemente dos motivos que as levaram até lá. Estas ficaram satisfeitas sobretudo por três motivos: pela aprendizagem tanto por parte dos adultos como das crianças, pelo facto de proporcionar momentos de diversão entre os membros da família e, por fim, pelo valor do ingresso ser acessível:

Ficámos satisfeitos com a visita sobretudo por convivermos com os miúdos.

[H6, 79 anos, modal.E, reformado, 3 crianças esc.3 e 5]

Ficou satisfeita com a visita?

Fiquei. Eu falo por mim e acho que por eles também. Foi um momento em que estivemos juntos, e em que aprendemos alguma coisa.

[M10, 36 anos, modal.C, Educ. Infância, 1 criança esc.4]

Eu tiro três benefícios de lá ter ido: ter passado uma boa tarde com eles ou seja, eles terem tido um bom programa com a mãe, e não ter havido situações de stress. Puderam estar à vontade... e ainda Assimilaram qualquer coisa do conceito de eletricidade

[M8, 31 anos, modal.B, Doméstica, 4 crianças esc.1 e 2]

Geralmente quem visita o museu pela primeira vez fica impressionado, como foi o caso da visitante M8 que ficou positivamente surpreendida e salienta o facto de a exposição permanente ser de entrada gratuita. Para esta visitante este aspeto é relevante pois tem uma família numerosa (o esposo e 4 filhos). Para além disso, ela também afirma ser importante que o museu tenha um espaço adequado ao público infantil, o Experimentar:

Fiquei, fiquei muito satisfeita. Primeiro porque não se paga e depois porque tem uma parte só para crianças. Eles podem estar à vontade e eu posso estar à vontade com eles. (...) Fiquei surpreendida pela positiva porque não estava à espera de ver um espaço tão bem feito.

[M8, 31 anos, modal.B, Doméstica, 4 crianças esc.1 e 2]

Outro aspeto positivo que os visitantes apontaram foi a equipa de guias do museu. É uma equipa que sabe transmitir os conhecimentos de forma esclarecedora, e também lidar com o público mais jovem. Se as famílias vão a um museu para aprender é importante que isso aconteça da forma mais agradável possível, e os guias têm o poder proporcionar tudo isso:

A visita guiada está muito bem-feita. Faz um enquadramento da história, da vida naquela época, como isto tudo funcionava... Vocês conseguem levar-nos até àquela época. Gostei imenso. Tanto

que até voltámos. (...) Foi bom porque houve interação. (...) A rapariga que nos conduziu foi extremamente atenciosa. Metia-se com a Mariana e com o outro rapazinho que estava connosco na visita. Era um rapazinho mais velho e julgo que tinha algum problema mental mas ela foi uma querida e foi muito atenciosa

[M2, 34 anos, modal.G, téc. gestão de rh, 1 criança esc.3]

Mas entre os visitantes entrevistados também houve opiniões menos positivas acerca do ME. Um dos aspetos é que o museu tem uma afluência exagerada de visitantes. Assim na WPP os visitantes tinham de esperar pela sua vez até conseguir ver as fotografias e as respetivas legendas, tornando a visita mais demorada, e na exposição permanente os módulos estavam sempre ocupados e, novamente, quem quisesse manipulá-los teria de esperar pela sua vez. Outro aspeto negativo referido foi a insuficiência de textos explicativos em qualquer uma das exposições temporárias. A visitante M3 afirmou que o filho teve dificuldades em entendê-las mas, na verdade, a própria visitante também teve (como admitiu numa parte anterior da entrevista) e por isso não lhe soube dar uma explicação acerca do conteúdo expositivo:

Em relação às exposições temporárias...acho que as crianças têm dificuldade em entender qualquer uma delas. (...) Nós viemos cá a baixo à exposição dos jornais (a Newspapers) e não percebemos muito bem. Ficámos a pensar no que seria.

[M3, 45 anos, modal. F, Formadora, 1 criança esc.3]

Um dos entrevistados reconhece que a educação cultural contribui para a formação de cidadãos civilizados e responsáveis. Esse é um dos motivos que o leva a incutir hábitos culturais no seu filho desde que nasceu. Para aumentar o número de visitantes, o entrevistado fez ainda algumas sugestões e afirmou achar que falta muita criatividade aos museus em geral:

Os museus podiam tentar fazer coisas diferentes para chamar a atenção das pessoas como por exemplo terem roupa de época para os visitantes vestirem, ou fazer concertos de bandas de rock, ou um cocktail ao final da tarde. Não há criatividade!

[H4, 40 anos, modal.A, gestor, 1 criança esc.1]

Depois da visita, a troca de opiniões entre os membros das famílias foi frequente. Conversaram por nomeadamente sobre o que aprenderam e também sobre as fotografias da WPP que mais gostaram.

A caminho de casa comentámos as fotografias que mais gostámos. E as que eu gostei não foram as mesmas que as do Diogo e as do Joel.

[M10, 36 anos, modal.C, Educ. Infância, 1 criança esc.4]

Estas também conversaram sobre a experiência da visita ao ver as fotografias que foram lá tiradas. As crianças falaram sobre aquilo que mais as marcou, tanto nos momentos imediatos à visita como semanas mais tarde. Na entrevista à visitante M8, que foi realizada 7 semanas depois, houve a oportunidade de falar com as suas crianças e ai serem questionadas sobre o que se lembravam da visita as respostas foram espantosas. O filho mais velho, de 6 anos de idade, imitou na perfeição o som de três dos módulos do Experimentar e ainda descreveu outros dois onde tinha brincado. Entretanto o filho de 4 anos interrompe o irmão lembrando entusiasmado que nesse dia estavam acompanhados por um amigo. As crianças das famílias entrevistadas também comentaram a entrevista com terceiros, especialmente com elementos da família nuclear que não estiveram presentes na visita ao ME.

Houve alguma fotografia que marcasse mais a Mariana?

Lembro-me de uma que acho que era num centro comercial com um elefante.(...) Ela teve uma forte reação a essa foto. Ela depois chegou a casa e disse à mãe toda entusiasmada: “Xiii, vimos uma fotografia com um elefante!”.

[M2, 34 anos, modal.G, téc. gestão de rh, 1 criança esc.3]

Os comentários sobre a exposição a terceiros não foram apenas tecidos pelas crianças. Os adultos também o fizeram e transmitiram imagens positivas do ME, recomendando a visita.

Falou com alguém sobre a visita?

Sim, entre colegas. Até comentei o facto de ser pago mas que o dinheiro revertia a favor de uma boa causa.

[M9, 42 anos, modal.A, Secretária, 2 crianças esc.4 e 5]

Já falei muito bem do ME, pelo facto de ser gratuito, por estar tão bem arranjado, pela equipa que tem...

[M2, 34 anos, modal.G, téc. gestão de rh, 1 criança esc.3]

Por acaso falei com alguns amigos. (...) Falei “Está muito gira a exposição. Se quiserem é baratinho. Eu paguei 1 ou 2 € e as crianças não pagaram e vale a pena porque são umas imagens porreiras”.

[H5, 37 anos, modal.B, gerente, 2 crianças esc. 3 e 4]

A vontade de voltar ao ME foi transversal a nove das dez famílias. O visitante H6 não se mostrou interessado em voltar, ainda que tenha gostado da visita. Este mora relativamente distante do museu (fora da área metropolitana de Lisboa), e não tem por hábito ir a museus. No entanto pretende continuar a fazer programas culturais com os seus netos. As famílias que

querem voltar ao museu apresentaram motivos diferentes: visitar a WPP anualmente, visitar alguma das exposições temporárias seguintes já agendadas ou então repetir a visita à exposição permanente com as suas crianças. Por exemplo a visitante M2 à data da entrevista, que foi 10 semanas depois, já tinha repetido a visita ao ME. Esta visitante tem por hábito visitar museus com os sobrinhos e afirma querer mostrar o ME a todos eles:

Gostei imenso. Tanto que até voltámos. Quando vim à do VHILS voltei a dar uma espreitadela aqui em baixo (ao Experimental) (...) E sem dúvida que irei voltar. Até porque tenho mais sobrinhos pequeninos e trazer todos ao mesmo tempo não é fácil.

[M2, 34 anos, modal.G, téc. gestão de rh, 1 criança esc.3]

Há certas famílias que é habitual serem vistas no museu. Estas levam as crianças à sua zona favorita, que é o Experimental, mas também a atividades. A visitante M8 realizou a sua primeira visita ao ME no dia em que preencheu o questionário, e manifestou a vontade de se ser como estas famílias, afirmando:

A primeira sensação que tive quando lá cheguei foi “Pronto, agora vou passar a vir uma vez por mês”.

[M8, 31 anos, modal.B, Doméstica, 4 crianças esc.1 e 2]

5.3. Análise de comentários do Livro de Visitante

5.3.1. A consulta e os comentários

A consulta do Livro do Visitante teve como objetivo captar mais informação acerca da experiência da visita das famílias, nomeadamente as suas apreciações, de modo a complementar os restantes métodos de pesquisa deste estudo.

O ME tem ao dispor do visitante Livros do Visitante continuamente e assim foi necessário selecionar um intervalo de datas que interessava investigar, que coincidiu com o período em que as exposições temporárias patentes no Museu à data da aplicação dos inquéritos por questionário (WPP, Newspapers e Lei de Ohm), ou seja, entre 30 de Abril e 25 de Maio. Deste modo garante-se que qualquer um dos comentadores teve acesso às mesmas exposições que as famílias entrevistadas. Nestes livros qualquer visitante pode deixar o seu comentário mas

para este estudo apenas os das famílias foram considerados. Geralmente os comentários vêm acompanhados por uma redutora identificação do comentador e só foi possível identificar aqueles escritos por famílias quando englobavam referências a outros familiares ou quando estavam identificados com o apelido da família. Como é natural nem todos os comentários escritos por famílias preenchem estes requisitos mas como nesta pesquisa não se procura qualquer representatividade, esse facto não importa. Estes são apenas dados que vão confirmar e complementar aqueles recolhidos nas entrevistas. Por uma questão de ética, todos os nomes e apelidos dos intervenientes foram substituídos.

5.3.2. Principais resultados

Ao consultar este documento verificou-se que grande parte dos comentários dos visitantes destacam os aspetos mais positivos das suas visitas, sendo pouco aqueles os que registam os aspetos negativos. Entre os comentários das famílias, escritos tanto por adultos como por crianças, encontraram-se referências à diversão e à aprendizagem durante a visita, aos guias mais atenciosos e ao ingresso gratuito, e manifestações de vontade de voltar ao ME.

Tanto crianças como adultos, que visitaram o ME em família, destacaram no Livro do Visitante que os aspetos mais positivos da visita ao Museu foram a diversão e a aprendizagem, como os comentários que se seguem:

Gostei de estar aqui a ver tudo o que havia antigamente. Aprendi muita coisa e gostei dos jogos!
Foi muito divertido para mim e para os meus pais.

(Marta R., 11/05/2014)

Num dia pouco chuvoso,
Eis que viemos passear,
A uma linda cidade
A um maravilhoso museu
O Museu da Eletricidade!

Obrigada, foi mesmo divertido.

PS: Agora o mais difícil é convencer a nossa criança de que está na hora de ir!

(Cidália, 06/05/2014)

Obrigada por transmitirem conhecimento aos nossos meninos.

(Família Patrocínio e Família Santos, 17/05/2014)

No caso deste último comentário importa notar que o facto de as crianças terem aprendido algo na visita agradou os seus familiares.

Nos próximos comentários são evidentes alguns aspetos apreciados pelas famílias em museus, como a gratuidade e a performance dos guias intérpretes:

Gostamos muito da visita, o guia era muito explícito, com uma linguagem muito acessível para as crianças. (...)

(Hortense Leocádio e família, 19/05/2014)

Gostámos muito da visita. É bom ter qualidade num museu, para mais sendo de entrada gratuita. Excelente iniciativa. Bons guias, muito atenciosas! Muito obrigada e até uma próxima.

Família Morais, 19/05/2014)

Tanto neste último comentário como os que se seguem os visitantes manifestaram a sua vontade de voltar, quer seja para mostrar o Museu aos seus filhos ou para passar bons momentos em família, com a expectativa de encontrar novidades.

Gostámos muito! Vamos com certeza voltar e esperar que existam coisas novas.

Família Pires Vieira (24/05/2014)

Fantástico para trazer os filhos e os amigos. Uma boa tarde que se passa! Viemos todos animar o museu...Um local sempre a repetir.

(26/04/2014)

Espaço ideal para passar um bom bocado com a família! Adorei ☺

(22/06/2014)

Os bons momentos em família também foram registados em desenhos. Alguns deles (anexo G), concebidos em conjunto, transparecem o bom ambiente e a rica interação entre os membros da família.

De forma geral as famílias que deixaram o seu depoimento gostaram da visita e consideram o museu agradável para se estar com a família, quer seja pelo divertimento ou aprendizagem que proporciona, como também pela adequação do Museu aos seus interesses.

CONCLUSÃO

A importância do papel das famílias na educação cultural das suas crianças é um facto incontornável. A educação cultural pode ser levada a cabo de várias formas, sendo que a visita a museus é uma delas. E o Museu da Eletricidade, objeto de estudo deste trabalho, é um museu que recebe muitas visitas em família.

O objetivo desta pesquisa baseava-se em saber mais sobre as visitas em família a museus para além dos dados estatísticos ou seja, procedendo a um estudo sobretudo qualitativo. Assim, procurou-se conhecer o historial cultural das famílias, perceber os contextos em que realizaram a visita e, considerando também estas dimensões, interpretar as suas experiências de visita.

Numa primeira fase, foi aplicado um questionário que, inicialmente, tinha como fim servir de ferramenta para a seleção de famílias a entrevistar. Todavia conseguiu-se um número relevante de questionários e com boa qualidade de informação, o que os tornou numa rica fonte de dados. Assim considerou-se pertinente fazer uma breve análise quantitativa acerca do segmento de público em estudo, para articular esses dados com os qualitativos, permitindo assim uma maior consistência dos resultados.

A adesão das famílias ao preenchimento do questionário foi muito elevada, e a adesão à entrevista também foi bastante positiva. Tendo em conta a quantidade de questionários conseguida e a positiva adesão às entrevistas conseguiu-se uma amostra diversificada das famílias a entrevistar. Outro aspeto também a salientar foi o facto de, em várias situações, os cônjuges dos entrevistados terem participado (por vontade própria) na entrevista, tornando-as assim mais ricas. Por outro lado nenhuma criança foi entrevistada formalmente mas foi possível conversar com algumas delas, o que também foi vantajoso para a pesquisa.

Através desta pesquisa foi possível captar pontos em comum entre as famílias mas também muitas diferenças. Estes resultados encontram-se agrupados sinteticamente por dimensões de análise.

No que respeita as *trajetórias de vida*, verificaram-se algumas diferenças fruto da diversidade da amostra que se procurou, aliás, assegurar. As famílias que visitaram o ME eram compostas sobretudo pelos elementos do núcleo familiar (pai, mãe e filhos) ou por um progenitor e os seus filhos. De forma geral, os adultos que compõem as famílias são escolarizados ao nível do ensino superior e as famílias com crianças até aos 2 anos de idade não

vão tanto ao ME como as restantes também com crianças. Nem todas as famílias são visitantes habituais do ME assim como nem todas visitam habitualmente museus. Umam preferem visitar museus no verão pois é quando têm mais tempo livre mas outras preferem fazer turismo balnear nesta época do ano e visitar museus durante o ano letivo. Os museus de arte são os menos escolhidos pelas famílias para visitar, ao contrário dos de ciências que as atraem pela sua interatividade. Passar tempo em conjunto e ao ar livre é uma prática bastante apreciada pelas famílias – foram identificadas práticas de visita a museus recorrentes das famílias, nomeadamente a visita à WPP. Os preços dos ingressos condicionam, e são, muitas vezes, uma barreira ao acesso ao Museu.

Quanto aos *contextos de visita* concluiu-se que as famílias com crianças mais pequenas destacam a importância das condições físicas adequadas numa visita a museus, sendo que o ME responde-lhes positivamente neste sentido. As visitas em família foram realizadas sobretudo ao fim de semana e, em número menos significativo, quando os adultos estavam de férias ou noutros períodos de lazer. Ao visitarem o ME as famílias procuravam passar bons momentos em conjunto e também estimular intelectualmente as crianças. Também houve famílias que foram ao ME propositadamente para ver uma determinada exposição, na grande maioria dos casos a WPP. A iniciativa da visita partiu quase sempre dos adultos ou então dos adolescentes do grupo familiar. Entre as famílias que repetem a visita ao ME, é comum as suas crianças pedirem para irem ao “Experimental”, a zona mais interativa do Museu. Comparativamente às crianças e aos jovens, os adolescentes são mais autónomos sendo que tanto incentivam a família a visitar o museu como acontece não integrarem o grupo familiar na visita por opção própria.

Por fim seguem as interpretações das *experiências de visita* das famílias, para as quais foi importante o resultado das análises das dimensões anteriores. Verificou-se que a experiência da visita é influenciada sobretudo pela frequência de visitas prévias ao ME, pela quantidade e idades das crianças que compõem o grupo familiar, e pelos interesses pessoais e profissionais de cada um. Em qualquer um dos casos a presença das crianças revelou-se central ao longo de toda a visita. As famílias que visitam mais assiduamente o ME fazem-no não tanto para visitar exposições mas para revisitarem a zona do “Experimental”. As duas exposições temporárias, ambas de arte contemporânea, foram as menos visitadas pelas famílias, o que está de acordo com as preferências das temáticas museológicas referidas anteriormente. Por outro lado, as famílias com crianças pequenas têm tendência a permanecer menos tempo no Museu devido às suas necessidades fisiológicas, nomeadamente sono, alimentação e repouso. Geralmente

quando as crianças são ainda bebês o grupo familiar separa-se ao longo da visita, sendo que um dos adultos encarrega-se de cuidar da criança e os mais interessados na exposição prosseguem. Apenas algumas famílias realizaram visita guiada e as que afirmaram terem o hábito de o fazer são aquelas cujos adultos têm níveis escolares mais elevados. As que preferem fazer visitas não guiadas justificam-no com a vontade de ver as exposições ao seu próprio ritmo, e que com crianças é impraticável porque se cansam rapidamente. Dependendo da intenção com que se dirigiram ao ME e dos respetivos conhecimentos prévios, há adultos que tomam posições mais explicativas para com as crianças do que outros. A zona de maior interação entre adultos e crianças foi no “Experimental” onde brincavam em conjunto e onde os adultos ajudavam a manipular os módulos, mas neste espaço também houve adultos que deixaram as suas crianças brincarem à vontade não intervindo nas suas experiências (principalmente quando as crianças eram mais independentes). De forma geral as famílias declararam um elevado grau de satisfação com a visita ao ME destacando os momentos de diversão, também de aprendizagem (dos adultos mas principalmente das crianças), e manifestando o seu desejo de voltar.

As famílias são de facto um segmento dos públicos dos museus onde é pertinente investir dada a sua relevância na formação dos futuros públicos da cultura. Por isso há que melhorar os serviços prestados e adequar as ofertas museológicas. O presente trabalho serve de ferramenta para auxiliar os profissionais, não só do ME mas também de outros museus, a desempenharem estas tarefas apresentando algumas linhas orientadoras acerca da consistência das visitas das famílias. No entanto, há que considerar as limitações desta pesquisa, no sentido em que se apoia em metodologias intensivas, o que impede a generalização dos resultados.

Espera-se que a dissertação forneça elementos que possam vir a auxiliar abordagens futuras. Por exemplo, os dados resultantes do inquérito por questionário são vastos e merecem uma análise mais aprofundada, no sentido em que podem dar a conhecer mais sobre os públicos do ME. Outra possibilidade de investigação deixada aqui em aberto é a análise de uma segmentação do público em família, como por exemplo as visitas a museus realizadas por avós e netos. Cada modalidade de acompanhamento das visitas tem as suas particularidades e compreendê-las pode contribuir para melhorar a relação dos museus com os públicos.

FONTES

Em linha

Fundação EDP, Museu da Eletricidade, (online), disponível em <http://www.fundacaoedp.pt/museu-da-eletricidade/>. [Consultado em 02/09/14].

Geocaching, (online), disponível em <https://www.geocaching.com/>. [Consultado em 30/07/14].

ICOM-Portugal, Definições, (online), disponível em http://www.icom-portugal.org/documentos_def,129,161,lista.aspx. [Consultado em 09/08/14].

INE, (online), disponível em http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INEexpgid=ine_main. [Consultado em 02/08/14].

Smarter Travel, Incredible Free Museums Around the World, (online), disponível em <http://www.smartertravel.com/photo-galleries/editorial/incredible-free-museums-around-the-world.html?id=862>. [Consultado em 27/09/2014].

Trip Adviser, Museu da Eletricidade, (online), disponível em http://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g189158-d1790036-Reviews-Museu_da_Eletricidade-Lisbon_Estremadura.htm/. [Consultado em 03/09/2014].

Visitor Studies Association, (online), disponível em <http://visitorstudies.org/resources/professional-development/glossary>. [Consultado em 09/08/2014].

World Press Photo, (online), disponível em <https://www.worldpressphoto.org/contest>. [Consultado em 28/08/2014].

Legislação

Lei nº47/2004, de 19 de agosto. Lei Quadro dos Museus Portugueses.

BIBLIOGRAFIA

- AAVV. (1998). *Family Learning in Museums: The PISEC Perspective*. Philadelphia: The Franklin Institute.
- Adams, M. (1999). *Summative evaluation, art learning center art sparks interactive gallery speed art museum Louisville Kentucky*. Annapolis: Institute for Learning Innovation.
- Almeida, A. (2005). O contexto do visitante na experiência museal: semelhanças e diferenças entre museus de ciência e de arte. *História, Ciências, Saúde, XII*, pp. 31-53.
- Almeida, A., e Lopes, M. (2003). Modelos de comunicação aplicados aos estudos de públicos de museus. *Revista de Ciências Humanas, IX*, pp. 137-145.
- Baião, J. (2009). *Museus e museus. Uma reflexão*. Lisboa: FCSH-UNL.
- Bitgood, S. (1997). An overview of visitor studies. *Journal of Museum Education, LXIV*, pp. 6-10.
- Borun, M., Cleghorn, A., e Garfield, C. (1995). Family learning in museums: a bibliographic review. *Curator, XXXVIII*.
- Bourdieu, P., e Darbel, A. (2003 [1969]). *O amor pela arte. Os museus de arte na Europa e seu público* (2º ed.). (G. Teixeira, Trad.) São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- Burgess, R. (1997). *A pesquisa de terreno: uma introdução*. (E. d. Freitas, e M. I. Mansinho, Trans.) Oeiras: Celta Editora.
- Cameron, D. (1995). The pilgrim and the shrine: the icon and the oracle - a perspective on museology tomorrow. *Museum Management and Curatorship, XIV, nº1*, pp. 47-55.
- Chagas, I. (1993). Aprendizagem não formal/formal das ciências: relações entre os museus de ciência e as escolas. *Revista de Educação, 3, (1)*, pp. 51-59.
- Choya, M. (2008). *Family learning in museums: an observational study of the handling activities at the Horniman Museum*. Gothenburg: Gothenburg University.
- Coelho, A. R. (2008). *Experiências de visita a um centro de ciência: um estudo qualitativo sobre o público não-escolar do Pavilhão do Conhecimento - Ciência Viva*. Lisboa: ISCTE.
- Cordier, J.-P., e Serre, S. (2000). Interactions familiales au musée: approches sociologiques et psychocognitives. Em J. Eidelman, e M. Praet (Edits.), *La muséologie des sciences et ses publics* (pp. 259-279). Paris: Press Universitaires de France.
- Costa, A. F. (1986). A pesquisa de terreno em sociologia. Em A. S. Silva, e J. M. Pinto (Edits.), *Metodologia das Ciências Sociais* (pp. 129-149). Porto: Edições Afrontamento.
- Costa, A. F. (2004). Dos Públicos da Cultura aos modos de relação com a cultura. Em AAVV, *Públicos da cultura* (pp. 93-119). Lisboa: OAC.
- Cox, A., Lamb, S., e Orbach, K. (2000). *A shared experience: a qualitative evaluation of family activities at three Tate sites*. London: Tate International Report.
- Definições*. (s.d.). Obtido em 2 de Agosto de 2014, de ICOM Portugal: http://www.icom-portugal.org/documentos_def,129,161,lista.aspx

- Delicado, A. (2013). O papel educativo dos museus científicos: públicos, atividades e parcerias. *Ensino Em Re-Vista*, 20 (1), pp. 43-56.
- Delicado, A., Cortez, A., Vala, F., Gago, M. d., e Casaleiro, P. (2010). Comunicar ciência numa exposição: Uma avaliação exploratória de A Evolução de Darwin através de PMM". *Actas do I Seminário de Investigação em Museologia dos Países de Língua Portuguesa e Espanhola. I*, pp. 8-18. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Desvallées, A., e Mairesse, F. (Edits.). (2013). *Conceitos-chave de museologia*. (B. Soares, e M. Cury, Trans.) São Paulo: Armand Colin.
- Diamond, J. (1986). The Behaviour of Family Groups in Museums. *Curator*, XXIX, pp. 139-154.
- Diamond, J. (1989). The behaviour of family groups in science museums. (W. C. Studies, Ed.) *International environmental studies*, pp. 139-154.
- Dierking, L. (1987). *Parent-child interactions in a free choice learning setting: an examination of attention-directing behaviours*. Flórida: University of Florida.
- Dierking, L. (1992). The Family Museum Experience: Implications from Research. Em S. Nichols (Ed.), *Patterns in Practice: Selections from the Journal of Museum Education* (pp. 215-221). Washington: Museum Education Roundtable.
- DiMaggio, P. (1996). Introduction. *Poetics*, 24, pp. 81-86.
- Eidelman, J., Jonchéry, A., e Zizi, L. (2012). Musées et publics: bilan d'une décennie (2002-2011). Paris: DPP/DGP/MCC. Obtido de <http://www.culturecommunication.gouv.fr/content/download/48349/380590/file/PublicdesMus%C3%A9es10ans-1.pdf>.
- Ellenbogen, K. (2002). Museums in Family Life: An Ethnographic Case Study'. Em G. Leinhardt, K. Crowley, e K. Knutson (Edits.), *Learning conversations in museums* (pp. 81-92). London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Falk, J. (1991). Analysis of the behaviour of family visitors in natural history museums. *Curator*, XXXIV, pp. 44-50.
- Falk, J., e Dierking, L. (1992). *The museum experience*. Washington: Howells House.
- Falk, J., e Dierking, L. (2000). *Learning from museums: visitor experiences and the making of meaning*. Walnut Creek: AltaMira Press.
- Fernandes, A. T. (2004). Reflexividade social e regulação cultural. Em AAVV, *Públicos da cultura* (pp. 199-210). Lisboa: OAC.
- Forbes, C., Vuchinich, S., e Kneedler, B. (2001). *Assessing families with the family solving code in family observational research in family observational coding systems: Resources for systematic research*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Fundação Serralves. (2013). *Estudo de Públicos da Fundação Serralves no Âmbito do Projeto Improvisações/Colaborações*. Porto: Empresa Diário do Porto. Obtido de http://www.serralves.pt/FLIPBOOK/Estudo_Publicos/files/assets/basic-html/page5.html
- Guilman, B. (1916). Museum Fatigue. *Scientific Monthly*, II, pp. 62-74.
- Gutwill-Wise, J. (2002). Audio/videotaping museum visitors: methods for obtaining informed consent. *Visitor studies conference presentation*. Cody, WY.

- Hedge, A. (1995). Human-factor considerations in the design of museums to optimize their impact on learning. Em J. Falk, e L. Dierking (Ed.), *Public institutions for personal learning: establishing a research agenda* (pp. 105-118). Washington: American Association of Museums.
- Hilke, D. (1989). The family as a learning system: an observational study of families in museums. Em B. Butler, e M. Sussman, *Museum visits and activities for family life enrichment* (pp. 101-129). London: The Haworth Press.
- Hood, M. G. (1993). After 70 years of audience research, what have we learned? Who comes to museums, who does not, and why? *Visitor Studies: Theory, Research and Practice*, V, pp. 16-27.
- Hooper-Greenhill, E. (1998). *Los museos y sus visitantes*. (A. Alvarez, Trad.) Gijón: Ediciones Trea.
- Instituto Nacional de Estatística, I.P. (2011). *Classificação Portuguesa das Profissões 2010*. Lisboa: INE.
- Jonchéry, A. (2008). Se rendre au musée en famille. *La lettre de l'OCIM*, n°115, pp. 4-14.
- Jonchery, A., e Biraud, S. (2014). Musées en famille, familles au musée: De l'expérience de visite des familles à des. *Informations sociales*, CVXXXI, pp. 86-95.
- Julião, L. (2000). *Apontamentos sobre a história do museu*. Obtido de Instituto Brasileiro de Museus: http://www.museus.gov.br/downloads/cadernodiretrizes_segundaparte.pdf
- Kong, M. (2013). *Central Tejo – Uma abordagem da arquitetura industrial*. Lisboa: Lisboa, Insidecity.
- Lahire, B. (2006 [2004]). *A cultura dos indivíduos*. (F. Murad, Trad.) Porto Alegre: Artmed.
- Lopes, G. C., Coelho, E., Neves, J. S., Gomes, R. T., Perista, H., e Guerreiro, M. D. (2001). *Inquérito à Ocupação do Tempo 1999: Principais Resultados*. Lisboa: INE - Instituto Nacional de Estatística.
- Lopes, J. T. (2006). *Da formação, alargamento e fidelização de públicos na elaboração de políticas culturais públicas de "terceira geração": lição de síntese*. Porto: edição de autor.
- Machado, F. L., e Conde, I. (1989). Públicos da divulgação científica: imagens e sociografia. *Sociologia, Problemas e Práticas*, VI, pp. 81-100.
- Magalhães, F. (2005). *Museus, património e identidade: ritualidade, educação, conservação, pesquisa, exposição*. Porto: Profedições.
- McDonald, S. (1993). The enigma of visitor sphinx. Em S. Bicknell, e G. Farmelo (Ed.), *Museum visitor studies in the 90's*. London: Science Museum.
- McDonald, S. (2005). Accessing audiences: visiting visitor books. *Museum and Society* 3, pp. 119-136.
- McManus, P. (1994). Families in museums. Em R. Miles, e L. Zavala (Edits.), *Towards the museum of the future. New european perspectives* (pp. 81-97). London: Routledge.
- Munley, M. E. (1986). Asking the right questions: evaluation and the museum mission. *Museum News*, LXIV, pp. 18-23.
- Neves, J. S. (2004). Constituição de redes de equipamento e seus impactos: o caso da RPM. Em AAVV, *Públicos da cultura* (pp. 223-240). Lisboa: OAC.
- Neves, J. S., Santos, J. A., e Lima, M. J. (2013). *O Panorama Museológico em Portugal. Os Museus e a Rede Portuguesa de Museus na Primeira Década do Século XXI*. Lisboa: DGPC/SEC.

- Oliveira, J. M. (2004). O "público não existe, cria-se." Novos media, novos públicos? Em AAVV, *Públicos da cultura* (pp. 143-151). Lisboa: OAC.
- Pais, J. M. (1994). *Práticas Culturais dos Lisboaetas*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.
- Pinto, J. M. (2004). Para uma análise sócio etnográfica da relação com as obras culturais. Em AAVV, *Públicos da cultura* (pp. 19-29). Lisboa: OAC.
- Quivy, R., e Campenhoudt, L. V. (1992). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Santana, A. (2010). *Estudo de públicos do Museu de São Roque*. Lisboa: FCSH-UNL.
- Santos Pérez, E. (2008). Metodología básica de la investigación de público en museos: áreas de actuación, variables implicadas, tipos de investigaciones y técnicas utilizadas. *Revista de los museos de Andalucía*, pp. 49-57.
- Santos, H. (2008). Públicos culturais: algumas notas com museus em fundo. *Museologia.PT*, pp. 77-90.
- Santos, J. A., e Neves, J. S. (2005). *Os Museus Municipais de Cascais. Políticas culturais locais e património móvel*. Lisboa: OAC.
- Sicard, M. (2001). Ce que fait le musée... Science et art, les chemins du regard. *Publics e Musées*, XVI, pp. 41-53.
- Silva, A. S., e Santos, H. (1995). *Prática e Representação das Culturas: Um Inquérito na Área Metropolitana do Porto*. Porto: Centro Regional das Artes Tradicionais.
- Simplicio, S. (2010). *Públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado*. Lisboa: ISCTE-IUL.
- Singly, F. (2007). *Sociologie de la famille contemporaine*. Paris: Armand Colin.
- Sterry, P., e Beaumont, E. (2006). Methods for studying family visitors in art museum: a cross-disciplinary review of current research. *Museum Management and Curatorship*, XXI, pp. 222-239.
- Studart, D. (2005). Museus e famílias: percepções e comportamentos de crianças e os seus familiares em exposição para o público infantil. *História, Ciência, Saúde - Manguinhos*, XII, pp. 55-77.
- Studart, D. (2005). Museus e famílias: percepções e comportamentos de crianças em exposições para o público infantil. *História, Ciências, Saúde - Manguinhos*, XXII, pp. 55-77.
- Wright, P. (1989). The quality of visitor's experiences in art museums. Em P. Vergo, *The new museology*. London: Reaktion.
- Wu, K. (2007). What do families with children need from a museum? *Cultural Policy, Criticism and Management Research (e-journal)*, 2.

ANEXOS

ANEXO A

Fotografias do interior e do exterior do Museu da Eletricidade

Figura 1: Vista aérea do ME.



Fonte: <http://www.bestguide.pt/museu-da-electricidade/>

Figura 2: Fachada Sul do ME.



Fonte: <http://www.cienciahoje.pt/index.php?oid=34905eop=all>

Figura 3: Sala das Caldeiras.



Fonte:

http://www.wikienergia.pt/~edp/index.php?title=Central_Tejo:_Caldeiras_de_Alta_Press%C3%A3o

Figura 4: Sala dos Cinzeiros.



Fonte: <http://maescoria.blogspot.pt/2011/01/museu-da-electricidade.html>

Figura 5: Exposição WPP'14.



Fonte: <http://imagemfix.blogspot.pt/2014/05/lisboa-world-press-photo-no-museu-da.html>

Figura 6: Exposição Newspapers.



Fonte: <http://andaraolhar.blogspot.pt/2014/05/antonio-sena-com-noticias-do-interior.html>

Figura 7: Exposição Lei de Ohm.



Fonte: <http://makingarthappen.com/2014/05/13/lei-de-ohm/>

ANEXO B

Dados do Museu da Eletricidade

Quadro 1: Tabela de ingressos na WPP

Geral	€ 2,00
Estudantes (com comprovativo válido)	€ 1,00
Cartão jovem (15 – 25 anos) (com comprovativo válido)	€ 1,00
Sénior (maior de 64 Anos)	€ 1,00
Portadores de deficiência	€ 1,00
Funcionários Grupo EDP*	Grátis
Grupos escolares	Grátis
Professores e auxiliares educativos que acompanhem grupos escolares	Grátis
Crianças até aos 14 anos	Grátis
Membros da APOM/ICOM*	Grátis
Membros da Academia de Belas Artes*	Grátis
Membros da Academia Portuguesa de História*	Grátis
Membros da Academia Internacional de Cultura Portuguesa*	Grátis
Membros da Academia das Ciências*	Grátis
Jornalistas*	Grátis
Desempregados*	Grátis
Funcionários Grupo Imprensa*	Grátis

*Mediante a apresentação do comprovativo

Quadro 2: Totais de visitantes da WPP por tipo do bilhete

	Nacionais	Estrangeiros	TOTAL
0-14 Anos	1218	3	1221
15-25 Anos	2909	144	3053
Adultos	10768	277	11045
>64 Anos	1109	22	1131
Isentos	411	0	411
Visitas guiadas A	1462	0	1462
Visitas guiadas P	166	0	166
Inauguração	-	-	429
TOTAL	18043	446	18489

A – Alunos

P – Professores

ANEXO C

Questionário

INQUÉRITO POR QUESTIONÁRIO AOS GRUPOS EM FAMÍLIA NO MUSEU DA ELETRICIDADE

Este questionário está inserido numa dissertação de mestrado em Gestão e Estudos da Cultura – Museologia do ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa intitulada “Públicos dos Museus: um estudo qualitativo sobre as visitas em família – o caso do Museu da Eletricidade”.

Solicitamos-lhe que participe neste estudo através do preenchimento do questionário que acaba de lhe ser entregue.

Agradecemos desde já a sua disponibilidade para colaborar com este estudo preenchendo este questionário, imprescindível à concretização da dissertação, que lhe ocupará apenas cerca de 5 minutos. A resposta é confidencial

Pedimos que um adulto assegure o preenchimento do questionário (será designado por **inquirido**). Para responder à maioria das perguntas basta fazer uma cruz no quadrado correspondente à(s) opção(ões) que considera mais correta(s). Os dois últimos conjuntos de questões dirigem-se tanto ao inquirido nº 1 (ou seja, ao elemento da família que está a responder ao questionário) como ao respetivo cônjuge (mesmo que não esteja presente).

No fim da visita por favor deixe o questionário devidamente preenchido (não descure nenhuma questão) numa das caixas devidamente identificadas que se encontram na bilheteira e na porta do piso 1 do museu

Muito obrigado pela sua colaboração!

P1. Número e parentesco dos elementos do grupo familiar que realiza a visita:

- 1.1. Elemento do grupo familiar 1 (**Inquirido que está a responder**) Idade _____,
- 1.2. Elemento do grupo familiar 2 Idade _____ parentesco face a inquirido _____
- 1.3. Elemento do grupo familiar 3 Idade _____ parentesco face a inquirido _____
- 1.4. Elemento do grupo familiar 4 Idade _____ parentesco face a inquirido _____
- 1.5. Elemento do grupo familiar 5 Idade _____ parentesco face a inquirido _____
- 1.6. Elemento do grupo familiar 6 Idade _____ parentesco face a inquirido _____

P2. Sexo (do inquirido que está a responder):

- Feminino
- Masculino

P3. Estado Civil (do inquirido):

- Solteiro
- Casado
- União de facto
- Viúvo
- Separado
- Não responde

P4. Tem filhos?

- Sim
- Não (passe à pergunta 5)

P4.1. Se sim, quantos?

P4.1.1. Com que idades?

P5. Residência habitual (do inquirido 1):

- Concelho de Lisboa
- Outro concelho
- Qual? _____

P6. Quando visita museus, visita com familiares?

- Sempre
- Por norma sim
- Por norma não
- Apenas visitei em família hoje

P7. Visita ao Museu da Eletricidade em família hoje pela:

- 1ª vez
- 2ª ou 3ª vez
- 4ª vez ou mais

(Continuar na página seguinte, por favor).

P8. Exposições visitadas hoje no Museu da Eletricidade:

- Expo. permanente (a Central Tejo)
- World Press Photo
- Newspapers (no Cinzeiro 8)
- Lei de Ohm (no piso 0)

(As próximas perguntas dizem respeito ao inquirido 1 e ao seu cônjuge, se se aplicar)

P9. Grau de escolaridade
(grau mais elevado que concluiu)

- Nunca frequentou um estabelecimento de ensino
- Até à 4ª classe
- Até ao 6º ano (antigo 2º ano do ciclo preparatório)
- Até ao 9º ano (antigo 5º ano do ciclo preparatório)
- Até ao 12º ano (antigo 7º ano do ciclo preparatório)
- Licenciatura
- Pós-graduação
- Mestrado
- Doutoramento

Inquirido	Cônjuge

P9.1. Curso superior (se possui ou frequenta um curso superior indique qual):

Inquirido: _____

Cônjuge: _____

P10. Situação na profissão:

- Trabalhador por conta própria **com** pessoal ao serviço
- Trabalhador por conta própria **sem** pessoal ao serviço
- Trabalhador por conta de outrem
- Estudante
- Desempregado
- Reformado/aposentado
- Outra situação.

Qual? _____

P10.1. Profissão:

Inquirido	Cônjuge

Descreva precisamente a profissão evitando expressões como “função pública” ou “militar”. Se for reformado/aposentado ou desempregado, indique a última profissão exercida.

Inquirido: _____

Cônjuge: _____

Obrigado pela disponibilidade e tempo despendido. Além do questionário a que acabou de responder, este estudo inclui uma segunda fase de entrevistas a alguns visitantes/famílias. Nesse sentido, gostaríamos de poder contar consigo para um eventual contacto. Em caso afirmativo preencha, por favor, o seu nome e forma de contacto direto (telefone ou mail).

Mais uma vez se relembra que os dados são **confidenciais**.

Nome: _____

Contacto: _____

Queira deixar o seu questionário preenchido junto à portas de saída piso 1 do Museu da Eletricidade ou na bilheteira, num/a recipiente/caixa devidamente identificado/a para o efeito.

Muito gratos pela colaboração!

ANEXO D

Perfis das famílias entrevistadas

(Tabela 1 de 2)

Nº da entrevista	1	2	3	4	5
Código do entrevistado	H1	M2	M3	M4 [H4]	H5
Sexo	M	M	M	F	M
Idade	37	34	45	41	37
Estado Civil	União de Facto	Separada	Separada	União de Facto	Separada
Modalidade de acompanhamento	D (esposa, filha e sogra)	G (sobrinha)	F (filho e amiga)	A (esposo e filho)	B (2 filhos)
Idade da(s) criança(s) por escalão	Esc. 1 (18 m)	Esc. 3 (10)	Esc. 3 (7)	Esc. 1 (2)	Esc. 3 e 4 (8 e 12)
Escolaridade*	Licenciatura [12º]	Licenciatura	Pós-graduação	Mestrado [Mestrado]	12º
Área de estudos*	Gestão turística	Gestão de Recursos Humanos	Turismo	Marketing e pub. [Arquitetura]	-
Situação na profissão*	Por conta de outrém [Por conta de outrém]	Por conta de outrém	Por conta própria SEM pessoal ao serviço	Por conta de outrém [Por conta própria COM pessoal ao serviço]	Por conta de outrém
Profissão*	Téc. de gestão de negócios	Téc. de recursos humanos	Formadora profissional	Téc. de marketing [Gestor]	Gerente de loja
Visitas em família	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Nº de visitas ao ME	2ª ou 3ª	1ª	4ª ou +	4ª ou +	4ª ou +
Nº de exposições visitadas	1	2	3	1	4
Exposições visitadas	WPP	WPP e Central Tejo	WPP, Central Tejo e Newspapers	WPP	WPP, Central Tejo e Newspapers

*Os dados que se encontram entre parênteses retos correspondem ao cônjuge do entrevistado.

Tabela 2 de 2 (continuação).

Nº da entrevista	6	7	8	9	10
Código do entrevistado	H6 [M6]	M7 [H7]	M8	M9 [H9]	M10
Sexo	M	F	F	F	F
Idade	79	49	31	42	36
Estado Civil	Casado	União de Facto	Casada	Casada	União de Facto
Modalidade de acompanhamento	E (esposa e 3 netos)	A (esposo e 2 filhos)	B (4 filhos)	A (esposo e 2 filhos)	C (esposo e enteado)
Idade da(s) criança(s) por escalão	Esc.3 e 5 (7, 15 e 18)	Esc.3 e 4 (9 e 11)	Esc.1 e 2 (3 m e 3, 4 e 6)	Esc.4 e 5 (11 e 16)	Esc.4 (13)
Escolaridade*	12º [12º]	Doutoramento [Licenciatura]	Licenciatura [Doutoramento]	12º [12º]	Licenciatura [12º]
Área de estudos*	- [-]	Biologia [Fotografia]	Agronomia [Veterinária]	- [-]	Educação de infância [-]
Situação na profissão*	Reformado [Reformada]	Por conta de outrem [Por conta própria COM pessoal ao serviço]	Desempregada [Por conta de outrem]	Por conta de outrem [Por conta de outrem]	Por conta de outrem [Por conta de outrem]
Profissão*	Agricultor [Doméstica]	Bióloga [Fotógrafo]	“Mãe” [Professor universitário]	Secretária [Téc. em lar de idosos]	Educadora de infância [Operário]
Visitas em família	Só hoje	Sempre	Sempre	Sim	Sempre
Nº de visitas ao ME	1ª	4ª ou +	1ª	4ª ou +	1ª
Nº de exposições visitadas	2	2	2	1	1
Exposições visitadas	WPP e Central Tejo	WPP e Central Tejo	Central Tejo e Newspapers	WPP	WPP

*Os dados que se encontram entre parênteses retos são relativos ao cônjuge do entrevistado.

ANEXO E

Guião das entrevistas

INQUÉRITO POR ENTREVISTA ÀS FAMÍLIAS

Relação prévia com o Museu da Eletricidade (ME)

- Como souberam da existência do Museu?
- Já tinham visitado o ME? Quantas vezes? Quando foi a última vez que vieram ao ME?
- Já participaram em alguma atividade do ME (visita especial, ateliers e workshops)? Em qual?
- Qual é a imagem prévia que tinham do ME - espaço de aprendizagem, de entretenimento e lazer, outras?
- Este ano, pela primeira vez, foi cobrada a entrada na WPP (todo o montante reverteu a favor da UMAD). Já tinham conhecimento disso antes da vossa visita? E se tivessem, viriam na mesma?
- Sabiam que a entrada para todas as exposições do ME (permanente e temporárias) são de entrada gratuita? Qual a vossa opinião acerca da opção pela gratuitidade do acesso?

Intenções e contexto particular da visita

- Quais as razões da visita? Quais motivações? Por que razão levou a/s criança/s?
- Porquê este museu e não outro qualquer? Deslocou-se propositadamente ao ME? Quando decidiram vir? De quem partiu a iniciativa? As crianças já pediram para visitar algum museu? Qual? Fez-lhe a vontade? Porquê?
- Tinha intenções precisas ao ir ao ME? Tinha a intenção de visitar certos espaços ou planeava visitar alguma exposição em particular? Sabia quais as exposições que estavam patentes e os temas? Preparou previamente a visita (consultou o site, jornais, internet...)? Faria sentido ir ao ME sem a sua família? As intenções de visita estiveram de alguma forma relacionadas com as crianças da família?

O decorrer da visita

- Tempo e percursos

- Duração aproximada da visita
- Descrição e designação dos espaços visitados ou percorridos (exposições visitadas, em qual esteve mais tempo...)

- O que é que esteve na base da escolha das exposições? O que é que determinou a deslocação? Houve algum desvio face à intenção prévia de visita?
- Se foram à exposição permanente, qual foi o espaço que mais vos marcou? E às crianças?
- Se foram à zona do “Experimental” na exposição permanente, qual foi o módulo de que mais gostaram?
- Se foram às exposições temporárias (artes), qual foi a peça que está mais presente na vossa memória?
- Leu os textos explicativos presentes nas exposições? Foram lidos em conjunto com todos os elementos da família?

-As interações sociais

- A família permaneceu sempre junta? Fizeram experiências em conjunto?
- Partilhou as experiências com eles, ajudou-os ou foi ajudado?
- Conversaram durante a visita? Sobre o quê? Que diferenças entre exposições?
- Que interação com as crianças? Adotou uma atitude mais ou menos explicativa? Sentiu-se capacitado para explicar e ajudar os seus acompanhantes?

Apreciação, representação e contributos

- Apreciação da visita

- Ficou satisfeito com a visita?
- Apreciações sobre as exposições, interesse dos temas e conteúdos: Exposição preferida; Se veio com intenção prévia de visitar certas exposições, elas interessaram-vos? Que pensa dos espaços de exposição que percorreu ou visitou?
- Avaliação de aspetos considerados pertinentes; aspetos mais e menos
- Posteriormente, falaram a alguém sobre a visita? O que disseram?
- Pensam voltar a visitar o ME?

Práticas

- Como costumam ocupar os tempos de lazer em conjunto/ao fim-de-semana?
- Costumam visitar museus e exposições em família? Com que frequência? Sobre que áreas temáticas?
- Que práticas culturais e de lazer especificamente relacionadas com a arte ou com a ciência?

Contextos, interesses e sentidos

- Consideram-se mais interessados por ciência ou por arte? Por algum domínio em especial?
- Contacta/utiliza a ciência/a arte em que contextos e com que intuítos (na escola, na vida profissional, para satisfação intelectual, para acompanhar questões públicas, ...)?
- Que origem e influências ao longo da vossa vida identificam em relação às vossas práticas e interesses culturais e científicos? (Famíliares, amigos, cônjuge, filhos, escola e profissão, ...)

História pessoal – confirmar dados do questionário de seleção e recolher os que faltam

. Vida familiar

Tipos de parentesco

nº filhos e idades

. Escola

Escolaridade dos adultos

Área de formação

Profissão

Profissão dos pais dos adultos

Trajetória escolar

. Profissão

Condição perante o trabalho

Profissão e trajetória profissional

Áreas profissionais (dos adultos)

ANEXO F

Relação dos perfis das famílias entrevistadas com o de todas as que preencheram o questionário

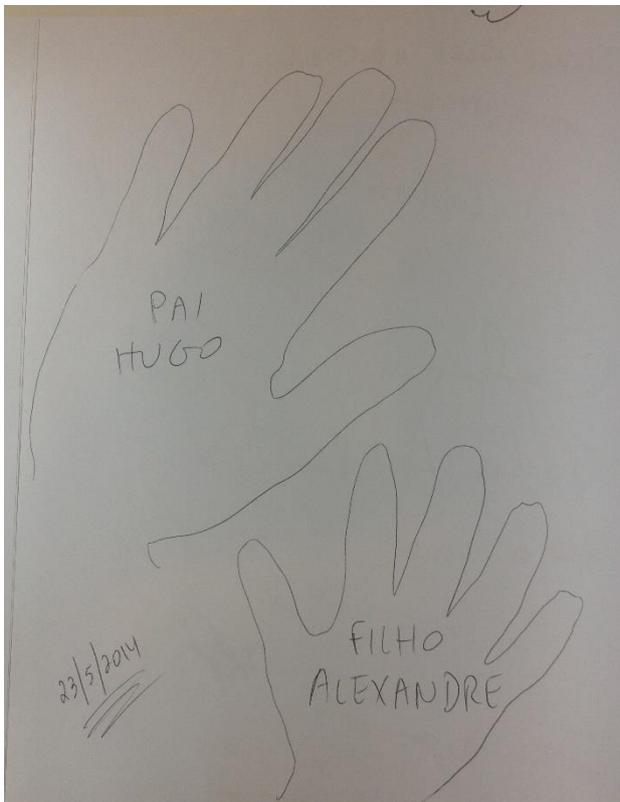
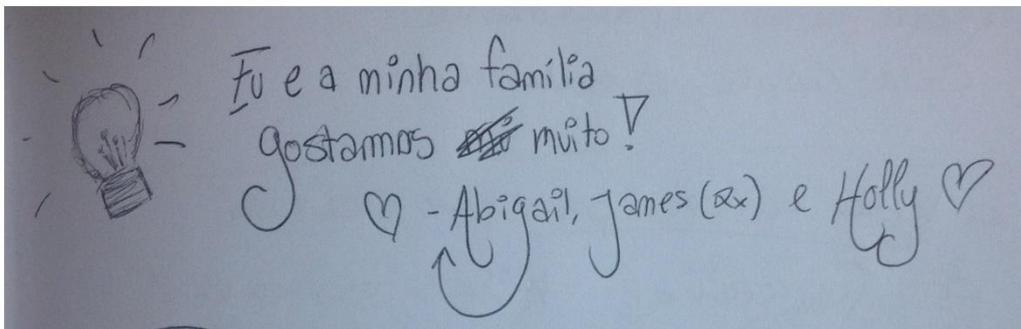
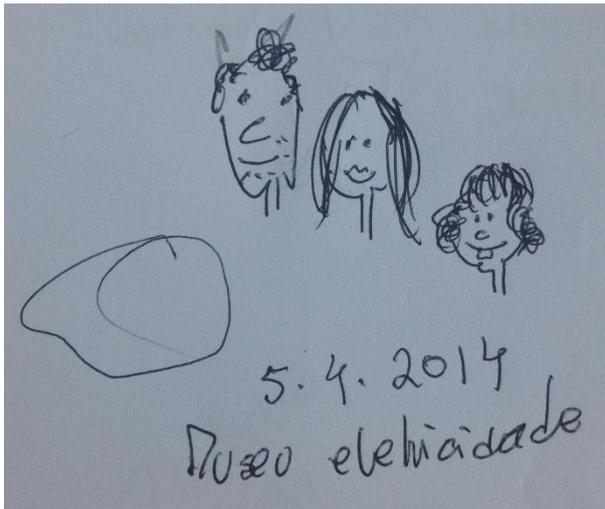
Categorias		Nº de entrevistados	% de entrevistados	Nº de inquiridos	% de inquiridos
Dia da entrevista	20	0	0%	3	2,0%
	21	0	0%	6	4,0%
	22	0	0%	4	2,6%
	23	1	10%	19	12,6%
	24	5	50%	51	33,8%
	25	4	40%	68	45,0%
Período da entrevista	Manhã	2	20%	45	29,8%
	Tarde	8	80%	105	69,5%
Modalidades de acompanhamento	A	3	30%	63	43,2%
	B	2	20%	40	27,4%
	C	1	10%	9	6,2%
	D	1	10%	7	4,8%
	E	1	10%	2	1,4%
	F	1	10%	14	9,6%
	G	1	10%	11	7,5%
Nº de elementos do grupo da visita	2 elementos	1	10%	31	21,1%
	3 elementos	4	40%	60	40,8%
	4 elementos	3	30%	39	26,5%
	5 elementos	2	20%	14	9,5%
	6 elementos	0	0%	3	2,0%
Sexo	Masculino	3	30%	52	34,4%
	Feminino	7	70%	99	65,6%
Estado Civil	Solteiro	0	0%	24	16,1%
	União de Facto	4	40%	25	16,8%
	Casado	3	30%	78	52,3%
	Separado	3	30%	22	14,6%
Idade	26-35 anos	2	20%	41	29,6%
	36-45 anos	6	60%	78	56,1%
	46-55 anos	1	10%	17	12,2%
	56-65 anos	0	0%	1	0,7%
	66-75 anos	0	0%	1	0,7%
	76-85 anos	1	10%	1	0,7%
Idade das crianças	0-2 anos	3	23%	33	17,4%
	3-6 anos	3	23%	57	30,0%
	7-10 anos	3	23%	43	22,6%
	11-14 anos	3	23%	45	23,7%
	15 anos ou mais	1	8%	12	6,3%
Frequência das visitas a museus em família	Apenas hoje	1	10%	8	5,4%
	Por norma não	0	0%	9	6,0%
	Por norma sim	6	60%	95	63,8%

	Sempre	3	30%	37	24,8%
Nº de visitas ao ME	1ª visita	4	40%	64	42,4%
	2ª ou 3ª visita	1	10%	39	25,8%
	4ª visita ou mais	5	50%	48	31,8%
Exposições visitadas	Central Tejo	6	60%	48	31,8%
	WPP	9	90%	134	88,7%
	Lei de Ohm	1	10%	24	15,9%
	Newspapers	3	30%	17	11,3%
Nº de exposições visitadas	1	4	40%	104	70,3%
	2	4	40%	22	14,9%
	3	1	10%	12	8,1%
	4	1	10%	10	6,8%
Escolaridade	Até ao 6º ano	0 [0]	0%	1	0,7%
	Até ao 9º anos	0 [0]	0%	7	4,8%
	Até ao 12º ano	3 [4]	0%	36	24,7%
	Licenciatura	4 [1]	40%	71	48,6%
	Mestrado	1 [1]	10%	16	11,0%
	Pós-graduação	1 [0]	10%	10	6,8%
	Doutoramento	1 [1]	10%	5	3,4%
Área de estudos	Saúde	0 [0]	0%	5	5,3%
	Humanidades, Secretariado e Tradução	0 [0]	0%	3	3,2%
	Educação Física, Desporto e Artes do Espetáculo	0 [0]	0%	5	5,3%
	Ciências	0 [0]	0%	4	4,2%
	Agricultura e Recursos Naturais	1 [1]	14%	5	5,3%
	Arquitetura, Artes Plásticas e Design	0 [2]	0%	3	3,2%
	Ciências da Educação e Formação de Professores	1 [0]	14%	10	10,5%
	Direito, Ciências Sociais e Serviços	2 [0]	29%	30	31,6%
	Economia, Gestão e Contabilidade	2 [0]	29%	17	17,9%
	Tecnologias	1 [0]	14%	13	13,7%
Situação profissional	Trabalhador por conta própria com	0 [2]	0%	11	8%

	peçoal com serviço				
	Trabalhador por conta própria sem peçoal sem serviço	1 [0]	10%	10	7,30%
	Trabalhador por conta de outrem	7 [4]	70%	93	67,90%
	Desempregado	0 [0]	0%	13	9,50%
	Reformado	1 [1]	10%	3	2,20%
	Outra	1 [0]	10%	7	4,70%
Classificação da profissão	1 Representantes do poder legislativo e de órgãos executivos, dirigentes, diretores e gestores executivos	1 [1]	11%	26	21%
	2 Especialistas das actividades intelectuais e científicas	4 [1]	45%	44	35,50%
	3 Técnicos e Profissionais de Nível Intermédio	3 [2]	33%	35	28,20%
	4 Pessoal Administrativo	0 [0]	0%	8	6,50%
	5 Trabalhadores dos serviços peçoais, de protecção e segurança e vendedores	0 [0]	0%	3	2,40%
	6 Agricultores e trabalhadores qualificados da agricultura, da pesca e da floresta	1 [0]	11%	1	0,80%
	7 Trabalhadores qualificados da indústria, construção e artífices	0 [0]	0%	3	2,40%
	8 Operadores de instalações e máquinas e trabalhadores da montagem	0 [0]	0%	1	0,8%
	9 Trabalhadores não qualificados	0 [0]	0%	2	1,6%
	0 Profissões das Forças Armadas	0 [0]	0%	1	0,8%

ANEXO G

Fotos do Livro do Visitante



CURRÍCULO VITAE

Dados pessoais

Nome	Joana Cristina Santos
Data de nascimento	24 de Janeiro de 1990
Naturalidade	Torres Vedras
E-mail	jcssa@iscte-iul.pt

Habilitações académicas

2012/ (...)	Frequência do Mestrado em Gestão e Estudos da Cultura – Museologia no ISCTE.
2009/2012	Licenciatura em História da Arte na FLUP.
2008/2009	Frequência do 1º ano do Mestrado Integrado em Arquitetura na FA-UTL.

Experiência Profissional

Novembro, 2013 / (...)	Estágio como guia intérprete no Museu da Eletricidade
Março, 2013 / Junho, 2013	Estágio como técnica de museologia no Museu da Música