

**UNIVERSIDADE DE ÉVORA  
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA  
VI CURSO DE MESTRADO EM MUSEOLOGIA  
RELATÓRIO DE ESTÁGIO CONDUCENTE À  
OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM MUSEOLOGIA**

DISCENTE: ISABEL DA CONCEIÇÃO DE ALMEIDA PINTO  
DOCENTE ORIENTADOR: PROF. DOUTOR JOÃO CARLOS BRIGOLA

**Museu de Arte Contemporânea de Elvas: para o  
conhecimento do(s) seu(s) público(s)**



**ÉVORA  
MAIO 2010**

**UNIVERSIDADE DE ÉVORA  
DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA  
VI CURSO DE MESTRADO EM MUSEOLOGIA  
RELATÓRIO DE ESTÁGIO CONDUCENTE À  
OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE EM MUSEOLOGIA**

**DISCENTE: ISABEL DA CONCEIÇÃO DE ALMEIDA PINTO  
DOCENTE ORIENTADOR: PROF. DOUTOR JOÃO CARLOS BRIGOLA**

**Museu de Arte Contemporânea de Elvas: para o  
conhecimento do(s) seu(s) público(s)**

**ÉVORA  
MAIO 2010**

## ÍNDICE

|  | pág. |
|--|------|
| ÍNDICE.....  | 2    |
| ABSTRACT.....  | 4    |
| INTRODUÇÃO.....  | 5    |
| <b>PARTE I: O DIAGNÓSTICO</b>  |      |
| 1. O estágio no Museu de Arte Contemporânea de Elvas (MACE): enquadramento institucional da entidade de acolhimento .....                        | 7    |
| 1.1 Propósitos do estágio e objectivos .....   | 14   |
| 1.2 Metodologia .....  | 19   |
| 1.3 Análise dos instrumentos para conhecimento dos públicos do MACE .....  | 20   |
| 1.3.1 FOLHA DE OPINIÃO: análise estatística e comentários .....  | 22   |
| 1.4 Estudo de públicos do MACE: algumas propostas ou o que é necessário perceber para além das estatísticas .....                                | 28   |
| 1.4.1 Sobre a especificidade dos museus de arte contemporânea: a questão da arquitectura do espaço e a sua relação com os diversos públicos..... | 28   |
| 1.4.2 Que Serviços Educativos para os museus de arte contemporânea? .....  | 33   |
| 1.4.2.1 O Serviço Educativo do MACE .....  | 36   |
| <b>PARTE II: A PROPOSTA</b>  |      |
| 2.1 Contextualização dos estudos de públicos no panorama museológico português .....   | 38   |
| 2.2 Para um melhor conhecimento dos públicos do MACE: proposta de modelo de inquérito por questionário para o estudo de públicos .....           | 45   |
| 2.2.1 Objectivos do estudo .....   | 45   |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.2.2 Metodologia .....   | 47        |
| 2.2.3 Modelo de proposta de inquérito por questionário .....  | 47        |
| 2.2.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....  | 55        |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....  | 57        |
| <br>  |           |
| <b>ANEXO 1:</b> Mapa de Registo de entrada diária de visitantes por horas .....                     | <b>60</b> |
| <b>ANEXO 2:</b> Mapa de Registo de entrada diária de visitantes por escalões etários e grupos ..... | <b>61</b> |
| <b>ANEXO 3:</b> Mapa de Registo de entrada diária de utilizadores da cafetaria .....                | <b>62</b> |
| <b>ANEXO 4 :</b> Ficha de registo dos utilizadores da Mediateca .....                               | <b>63</b> |
| <b>ANEXO 5:</b> FOLHA DE OPINIÃO .....  | <b>64</b> |

## **Resumo**

O presente Relatório decorre do estágio efectuado no Museu de Arte Contemporânea de Elvas que teve como objectivo geral o estudo de públicos daquela instituição. Diagnosticámos os instrumentos utilizados e reflectimos sobre o modo como são aplicados e potenciados, na perspectiva da definição de um perfil(s) de público(s). Tomando em consideração os resultados do diagnóstico, propusemo-nos apresentar a aplicação de um instrumento de estudo de públicos (um inquérito por questionário) de modo a traçar uma sociografia dos públicos do museu, conhecer os seus hábitos de consumo cultural e avaliar o museu.

O conhecimento dos públicos (reais e potenciais) é uma premissa fundamental para a planificação dos programas de captação e fidelização de públicos, apesar de, no contexto da museologia nacional, constituírem ainda uma área recente de reflexão. Permitem avaliar a eficiência na gestão dos recursos e o impacto social que tem a programação do museu e dos serviços educativos.

### **Palavras – chave:**

Museu de Arte Contemporânea de Elvas; Estudos de Públicos; Inquérito por questionário.

## **Museum of Contemporary Art of Elvas: to the knowledge of (s) your (s) public (s)**

### **Abstract**

This report follows the traineeship at the Museum of Contemporary Art of Elvas which aimed to study the general public that institution. Diagnosed the instruments used and reflected on how they are applied and strengthened with a view to drawing up a profile (s) public (s). Taking into account the results of the analysis, we decided to present the application of a study of public (an inquiry) in order to set a public sociography of the museum, learn about their habits of cultural consumption and evaluate the museum. Knowledge of the public (actual and potential) is a fundamental precondition for the planning of programs for acquisition and retention of audiences, although in the context of national museology, still constitute an area of recent debate. To assess the efficiency in resource management and social impact that has the museum's program and educational services.

### **Keywords:**

Museum of Contemporary Art of Elvas; Public Studies; Survey by questionnaire.

## **Introdução**

O texto que apresentamos teve origem no relatório de estágio profissionalizante realizado no Museu de Arte Contemporânea de Elvas (MACE), no âmbito do V Curso de Mestrado em Museologia do Departamento de História da Universidade de Évora (2007-2009), e agora reestruturado e reformulado de acordo com a estrutura curricular do VI Curso (2009-2011).

O estágio decorreu no Museu de Arte Contemporânea de Elvas, entre os meses de Janeiro e Março de 2009, através de protocolo estabelecido entre aquela instituição e a Câmara Municipal de Elvas, entidade que tutela o museu. Os orientadores foram o Mestre João Lima Pinharanda - Director do Museu de Arte Contemporânea de Elvas (MACE) – e o Prof. Doutor João Carlos Brigola, da Universidade de Évora.

O relatório que damos a conhecer procura evidenciar o modo como se desenvolveu o estágio a partir do tema e objectivos propostos. Propusemos como temática geral o estudo de públicos do Museu de Arte Contemporânea de Elvas. A estrutura do relatório organiza-se em duas partes. Na primeira, traçamos o diagnóstico do Museu, caracterizando a instituição, focalizando a sua missão e objectivos e analisando e percebendo que preocupações apresenta relativamente ao estudo de públicos, que instrumentos de análise possui e de que forma os utiliza e potencia. Deste modo, detivemo-nos sobre os instrumentos de estudo e análise de públicos que o Museu utiliza, nomeadamente uma folha de opinião, e as suas estatísticas de visitantes. A partir deles tentamos perceber o tipo de perfil de visitante do Museu e reflectir sobre o modo como são aplicados aqueles instrumentos e os resultados aferidos, tendo em conta o tipo de instituição e o meio geográfico em que está inserido, assim como a sua missão e objectivos.

Na segunda parte do relatório, contextualizamos as questões dos estudos de públicos no âmbito do panorama português, atendendo à especificidade dos museus de arte contemporânea. Pensamos que, hoje em dia, as preocupações com os públicos constituem um elemento central das instituições museológicas. Os estudos de públicos que se realizam visam caracterizar a procura cultural efectiva, ou seja, os protagonistas dos consumos culturais, isto é, aqueles que respondem à oferta disponível. Contudo, este é ainda um fenómeno muito recente no domínio das políticas culturais em Portugal.

Como resultado da análise da fase de diagnóstico, apresentamos uma proposta de um instrumento que permita traçar um perfil (is) de público(s) do MACE. Trata-se de um inquérito por questionário que poderá ser aplicado a todos os visitantes daquele espaço, cujo objectivo principal é o conhecimento das expectativas e opiniões dos visitantes do Museu, em suma, do(s) seu(s) perfil(is) enquanto consumidores culturais.

A escolha do Museu de Arte Contemporânea de Elvas (MACE) para a realização do estágio prendeu-se, por um lado, ao facto de já desenvolvermos actividade profissional na instituição e, por outro lado, pelo interesse pessoal pelas questões do consumo cultural, ou seja, pela interacção que as instituições culturais - de que os museus constituem hoje parcela incontornável - estabelecem com os seus públicos e vice-versa. Como sabemos, num quadro mais amplo de redefinição do conceito de museu, e da sua relação com os públicos, principalmente desde os anos 90 do século XX, os museus de arte contemporânea assumem-se como instituições com um papel relevante num complexo processo de mudança. Ao considerarmos o museu como uma instituição cultural que funciona como mediador da difusão de memórias e de referências culturais na sociedade em que se encontra inserido, que papel deverá ser esse num museu como o MACE? Que papel poderá assumir perante os públicos tomando em consideração dois factores: por um lado, a instalação do museu num edifício preexistente, com valor histórico, simbólico e patrimonial integrado na malha urbana antiga da cidade, sem rupturas arquitectónicas com a envolvente urbanística. Por outro lado, a vocação do museu orientada para as mais recentes manifestações artísticas e estéticas no campo da arte contemporânea, onde os próprios conceitos de memória e referência cultural são (re) questionados.

## PARTE I: O DIAGNÓSTICO

### 1. O estágio no Museu de Arte Contemporânea de Elvas (MACE): enquadramento institucional da entidade de acolhimento

O MACE foi inaugurado a 6 de Julho de 2007, estando instalado no edifício que, desde meados do séc. XVIII, serviu de Hospital e Mesa da Misericórdia de Elvas, localizado em pleno centro histórico da cidade, definido pela fortificação abaluartada do séc. XVII.



Foto 1



Foto 2



Foto 3

Fotos 1– Vista aérea do centro histórico de Elvas e da fortificação abaluartada.

Foto 2 – Vista geral da fachada do MACE.

Foto 3 – Vista do conjunto formado pelo edifício do museu e a Igreja da Misericórdia.

A fundação do MACE surge de uma vontade expressa da autarquia de Elvas e do coleccionador António Cachola, detentor de uma expressiva colecção de arte portuguesa contemporânea, de tornar público este importante acervo. António Cachola assegurou com a Câmara Municipal de Elvas o depósito, por 13 anos, de uma colecção de arte portuguesa anos 80-90, para fazer parte integrante de um novo projecto museológico: o Museu de Arte Contemporânea de Elvas. O Museu tem como director João Lima Pinharanda, que foi também o comissário da primeira apresentação pública da colecção, em 1999, no Museu de Arte Contemporânea de Badajoz (MEIAC).<sup>1</sup> João Pinharanda definiu para o Museu de Elvas uma estratégia assente na complementaridade entre uma mostra permanente, concebida a partir do acervo da colecção e contemplando a rotatividade de obras (cerca de quatro centenas de peças em depósito), com a aposta em exposições temporárias, de produção própria e com ambições de itinerância, abrangendo artistas nacionais (representados ou não) e internacionais.

Com efeito, já vai sendo algo recorrente no contexto da arte contemporânea que se dê a conhecer publicamente uma colecção particular, muitas vezes integrada em instituições museológicas. Ao longo da primeira década do século XXI, em Portugal, tem-se assistido à abertura de museus de arte moderna e contemporânea com base em colecções de proveniência privada, que obrigam a reescrever a história da museologia da arte e do coleccionismo em arte moderna e contemporânea. Veja-se os seguintes casos: em 2001, verifica-se a abertura do Museu da Cidade; a Colecção Telo de Morais, em Coimbra; em 2004, a abertura do Núcleo de Arte Contemporânea Doação José Augusto França, em Tomar; em 2006, a Ellipse Foundation for Contemporary Art, em Alcoitão e o Centro de Arte Manuel de Brito, em Algés; em 2007, o Museu Colecção Berardo, em Lisboa, a Fundação António Prates, em Ponte de Sôr, e o MACE, em Elvas.

Ao contrário das colecções de empresas e instituições, as colecções privadas são a expressão de um gosto ou de uma paixão, naturalmente pessoal, que quase sempre só vem a público após a morte do coleccionador, quando este acautelou o risco da dispersão ou, em alternativa, no catálogo do leiloeiro. No caso da Colecção António

---

<sup>1</sup> Cf. *Colecção António Cachola – Arte Portuguesa anos 80-90* / Museu Estremenho e Ibero-Americano de Arte Contemporânea - MEIAC, Badajoz / 26 Novembro 1999 - 15 Janeiro 2000.

Cachola, integrada no MACE, o coleccionador António Cachola iniciou-se no coleccionismo da arte contemporânea com um envolvimento pessoal e directo, procurando o relacionamento com os artistas, visitando-os nos ateliers, escolhendo ele próprio as obras que adquiriria e aprendendo nesse exercício. “António Cachola tem a virtualidade cívica de não querer a colecção para ter em casa. A colecção foi feita para ser mostrada ao público, para ser exposta num museu.”<sup>2</sup> A partir do Alentejo, o coleccionador ousou inscrever o nome Elvas, uma cidade raiana, no circuito da arte contemporânea. Como se pode ler “transformar um museu de fronteira num museu que ajude a acabar com as fronteiras: entre a arte contemporânea e o público, entre centro e periferia, entre Portugal e Espanha.”<sup>3</sup> É uma colecção dedicada à produção de jovens artistas portugueses, balizada a partir dos anos 80 do século XX, que acompanha a actualidade imediata através desse segmento específico que é o terreno das afirmações de novíssimos nomes e das continuidades e consolidações de nomes porventura menos jovens. Procura ser um reflexo do trabalho dos artistas portugueses nas várias técnicas: fotografia, desenho, pintura, gravura, escultura, vídeo e instalação, em ordem de prioridade de ocorrência. As datas de execução das obras situam-se nas duas últimas décadas do séc. XX. De acordo com o Director de programação, os núcleos mais fortes da colecção são constituídos pelas obras de Pedro Calapez (1953), Rui Sanches (1954), José Pedro Croft (1957) ou Pedro Proença (1952) que surgem, no contexto artístico português dos anos 80 do séc. XX, integrados em grupos de artistas que começam a afirmar-se publicamente, através de entrevistas e de exposições colectivas, impulsionando o panorama nacional da arte contemporânea. Pedro Cabrita Reis (1956), também presente na colecção, também fazia parte do grupo referido anteriormente. Com efeito, assistimos em Portugal, após a ruptura democrática de 25 de Abril de 1974, ao desenvolvimento de um grupo de criadores e agentes culturais no campo das artes plásticas, com grande capacidade de afirmação do seu trabalho e, simultaneamente, com uma presença cultural dinâmica.<sup>4</sup>

Todo este ambiente de debate e de reflexão pública contribuiu, igualmente, para o quadro geral de animação cultural no campo das artes plásticas, destacando-se a acção de determinadas instituições, nomeadamente as galerias de arte e, o surgimento do

---

<sup>2</sup> Entrevista na *Revista L+arte*, nº 38, edição de Julho 2007, p. 24.

<sup>3</sup> Cf. João Pinharanda, “Uma colecção em progresso. Da necessidade da Colecção António Cachola” in *Museu de Arte Contemporânea de Elvas. Colecção António Cachola. Um roteiro*, Elvas, 2007, p. 9.

<sup>4</sup> Cf. Alexandre Melo, “Os anos 80” in *Arte e Artistas em Portugal*, Bertrand Editora, 2007, pp. 61-62.

Centro de Arte Moderna da Fundação Calouste Gulbenkian, apesar do clima de contestação gerado em torno da sua construção e amplamente noticiado nos *media* da altura.<sup>5</sup>

Antes do 25 de Abril, a Fundação Gulbenkian e, numa escala mais modesta, a SNBA, foram os principais centros de animação da cena artística portuguesa.<sup>6</sup> Posteriormente, a SNBA perde o seu protagonismo e a Gulbenkian, através do Centro de Arte Moderna, inaugurado em 1983, evidencia-se e vai marcando referência no campo da arte contemporânea nacional e internacional.

Em relação às galerias de arte, apesar da euforia cultural e artística da década de 60 e das consequências desse fenómeno no mercado da arte nos inícios dos anos 70, apenas a Galeria 111 se manteve sem interrupções de actividade.<sup>7</sup> Em meados dos anos 80 assiste-se a um momento de animação com a abertura de várias galerias, entre as quais a *Cómicos*, em Lisboa e a *Nasoni*, no Porto, como as mais emblemáticas mas também a *Galeria Roma e Pavia* (Porto, 1980) que muda, em 1990, a sua designação para *Galeria Pedro Oliveira*. A galeria *Cómicos* assume-se mesmo como símbolo cultural da época, associando-se aos debates e temas que marcaram este período, nomeadamente a discussão em torno do conceito de pós-modernismo.<sup>8</sup> "Inaugurada em 1984 na sequência da exposição "Depois do Modernismo" a Galeria *Cómicos*, sob a orientação personalizada de Luís Serpa, tornar-se-ia quase imediatamente a galeria portuguesa mais característica da particular dinâmica artística dos anos 80 e também aquela que num muito curto espaço de tempo obteve um grau de reconhecimento e uma capacidade de afirmação internacional absolutamente único na história das galerias portuguesas. (...) Assumindo a dianteira do esforço de internacionalização do meio artístico português ao longo deste período, os *Cómicos* lideraram nomeadamente o processo de intensificação de relações com a Espanha que foi uma das componentes motrizes do referido esforço de abertura além fronteiras, (...) apostando numa relação privilegiada

---

<sup>5</sup> O novo edifício foi inaugurado em 1983, com a designação de Centro de Arte Moderna. O Arqt.º José Sommer Ribeiro foi nomeado seu Director. O CAM foi o primeiro espaço de exposição permanente de arte moderna e contemporânea existente em Portugal, e, à semelhança e na continuidade do que a Fundação Calouste Gulbenkian vinha fazendo há inúmeros anos, desenvolveu ainda uma intensa programação de exposições temporárias.

<sup>6</sup> Alexandre Melo, op. cit. p. 77.

<sup>7</sup> A Galeria 111 é a mais antiga galeria portuguesa sem interrupção de funcionamento desde a sua abertura, em 1964.

<sup>8</sup> O pós-modernismo nas artes visuais está associado ao Neo-Conceptualismo e ao Relativismo. Existe a convicção de que nenhuma sociedade ou cultura é mais importante que qualquer outra. Contrariamente ao Modernismo, os pós-modernistas valorizam a arte, não pela sua universalidade e intemporalidade, mas por ser imperfeita, pouco culta, acessível, disponível, local e temporária. Cf. Stephen Little, "Pós-modernismo" in *Ismos. Entender a Arte*, Lisma Editora, 2004, p. 131.

com os artistas portugueses cujas carreiras entravam em fase de plena afirmação pública no início dos anos 80.<sup>9</sup>

A concentração de inaugurações, ampliações e mudanças de espaços na segunda metade da década de 80, assim como o projecto do Museu Nacional de Arte Moderna, em 1989, na Casa Serralves, são indicadores de uma crescente animação cultural e económica na área das artes plásticas.

A colecção é representada também por alguns nomes da geração de artistas dos anos 90, como Miguel Palma, João Paulo Feliciano, João Louro, João Tabarra, Miguel Ângelo Rosa, Rui Serra, entre outros. Segundo Alexandre Melo, a década de 90 definir-se-á por estratégias de ruptura a vários níveis. Contudo, essas estratégias assumem apenas um plano de intenções, não se verificando, efectivamente, mudanças reais.<sup>10</sup>

Da primeira década o séc. XXI, a colecção apresenta nomes de uma geração “fluente na língua franca da arte contemporânea, não recorrendo já a nenhum tipo de conotação localizada na sua estratégia de afirmação tal como o fazia, de modo recorrente, a geração precedente”.<sup>11</sup> Rui Calçada Bastos, Nuno Cera, Alexandre Estrela, Pedro Gomes, João Onofre, Noé Sendas, Vasco Araújo e João Pedro Vale, são exemplo desses nomes.

A colecção foi sempre apresentada como um processo em crescimento, devendo ser entendida, segundo João Pinharanda, como “uma colecção em progresso,”<sup>12</sup> assim como uma referência obrigatória na interpretação da realidade artística nacional.

O projecto do MACE foi alvo, desde o início, do acompanhamento de entidades como o Ministério da Cultura, RPM (Rede Portuguesa de Museus) e o IPM (Instituto Português de Museus), actual IMC (Instituto dos Museus e da Conservação), com vista à sua materialização no futuro museu.

Exteriormente, o edifício mantém a traça do século XVI, atribuindo-se esta obra a José Francisco de Abreu. No entanto, o seu interior foi submetido a sucessivas obras de alteração, principalmente os grandes trabalhos de ampliação realizados entre 1742 e

---

<sup>9</sup> Cf. Alexandre Melo, "Arte e Mercado em Portugal - Inquérito às Galerias", in <http://www.apga.pt>

<sup>10</sup> Cf. Alexandre Melo, *Arte e Artistas em Portugal*, Bertrand, 2007, p.89.

<sup>11</sup> Cf. Alexandre Melo, *idem*, p. 110.

<sup>12</sup> Cf. João Lima Pinharanda, “Uma colecção em progresso. Da necessidade da Colecção António Cachola” in Museu de Arte Contemporânea de Elvas. Colecção António Cachola. Um Roteiro, 2007, p. 10

1752, assim como as modificações ocorridas nos anos trinta do séc. XX, que mais o afectaram estruturalmente. Durante o séc. XX funcionou como hospital civil da cidade, até ao início dos anos 90.

A adaptação museológica do edifício (entre 2003 e 2006) para albergar a colecção de arte contemporânea, foi concebida como um todo por uma equipa que integrou o arquitecto Pedro Reis, o designer de equipamento Filipe Alarcão e o designer Henrique Cayatte. Essa adaptação teve como base um Programa Museológico<sup>13</sup>, ou seja, um instrumento teórico de planificação que serviu de orientação ao projecto arquitectónico e à consequente definição das funções museológicas do Museu de acordo com a Lei Quadro (Lei 47/2004 de 19 de Agosto).

O projecto propôs uma intervenção quase “cirúrgica” nas estruturas e espaços de modo a permitir uma clara articulação funcional do novo programa e a incorporar o universo de infra-estruturas necessárias ao funcionamento do museu.

A intervenção pretendeu anular as várias ambiguidades resultantes das sucessivas alterações (pontuais e de pobre qualidade construtiva), reconquistando assim a dimensão e neutralidade originais dos vários espaços/galerias – essenciais para expor arte contemporânea.

Entre os vários desafios do projecto, foram estudadas soluções para a inadequada relação do edifício com o exterior e para a área de reservas da colecção de arte.

No núcleo principal do edifício, formado por amplos espaços com tectos em abóbada, definem-se as áreas de acolhimento e circulação de público, as galerias de exposição, os serviços educativos, mediateca, as áreas técnicas com ligação directa à entrada de serviço, e às reservas do museu.

Nos pisos superiores, que correspondem a áreas de expansão do início do século XX construídas sobre a igreja anexa, organizam-se áreas administrativas e de direcção, oficinas e áreas técnicas de acesso reservado. No último piso, funciona a cafetaria, a esplanada e o terraço com vista panorâmica sobre a cidade.

---

<sup>13</sup> Cf. Maria de Jesus Ávila – *Museu de Arte Contemporânea de Elvas. Programa Museológico. Colecção António Cachola. Programa Museológico*, 2003.

Este é um projecto multidisciplinar, que inclui – tal como proposto pelo programa de concurso – não só a transformação do edifício, mas também o projecto de equipamento e de comunicação do futuro museu.

O MACE integra a rede de equipamentos culturais da Câmara Municipal de Elvas, possuindo, deste modo, uma tutela municipal. Organicamente está integrado no sector de Museus e Património da Divisão sócio-cultural da Autarquia.

O perfil e a vocação do MACE encontram-se definidos no art.º 7º da sua proposta de regulamento interno:

“O MACE pretende integrar-se no panorama museológico e expor o património artístico contemporâneo, mas também incrementá-lo sistematicamente e interpretá-lo convenientemente. Também servirá de fórum para a fruição, estudo e investigação da arte e do pensamento contemporâneos. Sendo uma instituição gerida pelo Município de Elvas, o museu tem como missão elevar a oferta cultural da cidade, colocá-la no eixo de afirmação das manifestações mais dinâmicas da actualidade, estabelecendo o diálogo regional e transfronteiriço, nacional e internacional que a arte e a cultura de hoje exigem.”

No art.º 8º são definidos então os seus objectivos, que passamos a enunciar:

**1.** O MACE tem como principal objectivo da sua existência e programação tornar-se um pólo dinamizador de uma nova centralidade do interior alentejano, podendo assumir um papel principal numa rede transfronteiriça de cidades e vilas, próximas, articulando diferentes realidades museológicas, galeristas, universitárias e empresariais. Outro aspecto importante é a obrigatória associação com entidades do mesmo teor e de valia nacional e internacional.

**2.** Outros objectivos do MACE são:

- a) Dotar a cidade de Elvas de um importante centro de investigação, conservação, exposição e difusão de arte contemporânea;
- b) Incentivar à criação da arte contemporânea e à reflexão sobre os seus contextos de produção;

- c) Estudar e investigar a arte e o pensamento contemporâneos; o ponto cronológico de partida é os anos 80 até à mais recente contemporaneidade, o que não compromete a futura apresentação de exposições ou actividades de outros períodos passados, quando assim se justificar, por houver algum elo com a presente colecção;
- d) Recuperar o passado imediato e transmiti-lo ao futuro como bem cultural de valor permanente, consolidando o futuro, através das mais variadas manifestações plásticas do nosso tempo e com um óbvio valor permanente;
- e) Coleccionar objectos de arte contemporânea formando uma colecção representativa e significativa, permitindo uma autêntica e continuada tarefa educativa, a que o MACE está obrigado;
- f) Incorporar objectos de arte contemporânea relevantes e em concordância com o perfil e a vocação do Museu, apresentados neste Regulamento;
- g) Identificar, documentar, autenticar, datar e investigar, de maneira a garantir, por um lado, a autenticidade das peças, e por outro, sólidos conhecimentos contextuais extrínsecos e intrínsecos às diferentes obras e aos seus produtores, os artistas;
- h) Proteger e conservar o património a seu cargo;
- i) Expor, promover e divulgar a investigação; difundir e incentivar a arte actual através da produção de exposições e as suas respectivas publicações científicas e informativas;
- j) Apoiar a produção de encomendas a artistas e de actividades didácticas;
- l) Incentivar projectos nascidos da sua própria iniciativa, funcionando como centro produtor de exposições, centro co-produtor, difusor e integrado em circuitos de itinerância em exposições temporárias em regime de co-produção, troca ou itinerância;
- m) Colaborar com os pólos contemporâneos;
- n) Educar e estimular o público nas faixas mais amplas e heterogéneas, promovendo periodicamente diversas actividades educativas, como cursos, visitas guiadas, ateliers, conferências, workshops, entre outros;
- o) Reunir todo o tipo de documentação, literária, gráfica e audiovisual relacionada com a arte e a cultura contemporânea.

### **1.1 Propósitos do estágio e objectivos**

Defendemos que, na sua essência, a função primordial dos museus está ligada à recolha e preservação do património da humanidade assegurando, deste modo, a sua conservação e permanência ao longo dos tempos e das gerações. De acordo com o

ICOM (Estatutos de 2004) “os museus são instituições permanentes, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, abertas ao público, que adquirem, preservam, pesquisam, comunicam e expõem, para fins de estudo, educação e lazer, os testemunhos materiais e imateriais dos povos e seus ambientes”.<sup>14</sup>

Contudo, nas últimas décadas, a sociedade contemporânea tem assistido a uma série de mudanças económicas, sociais, políticas e culturais que originaram uma mudança/redefinição do papel do museu enquanto instituição dedicada à informação, à formação e ao lazer. É neste contexto que os museus têm vindo a repensar a sua natureza, os seus objectivos e funções, a sua relação com os públicos (reais e potenciais), em suma, o modo como comunica os conteúdos que os definem. (SILVA, 2001: 134-135).

É desta forma que a função educativa, social e cultural que cada vez mais os museus assumem, coloca em confronto a forma de olhar as colecções e a maneira de se darem a conhecer ao público. A este propósito, defendemos a ideia transmitida por Eileen Hooper-Greenhill quando refere que “La función del museo como comunicador debe integrarse com la función del museo como almacén de colecciones y el conocimiento de las colecciones ha de ponerse en relación con el conocimiento del público.” (HOOPER-GREENHILL, 1994: 11)

Paralelamente, o alargamento do conceito de museu está igualmente subjacente a uma maior valorização das actividades lúdico-culturais, que transcendem as tradicionais funções, possibilitando uma maior e diferente abertura do museu à multiculturalidade dos públicos. Esta evidência é particularmente acentuada pelos museus de arte contemporânea que, quanto a nós, são espaços culturais com algumas características que os distinguem de outros, entre as quais a questão da comunicação com os públicos, quer através das exposições, quer através das actividades que programam. Não esquecendo algo muito importante já sublinhado por Raquel Henriques das Silva quando refere que

---

<sup>14</sup> O Código Deontológico do ICOM foi aprovado por unanimidade pela 15ª Assembleia Geral do ICOM realizada em Buenos Aires, Argentina, em 4 de Novembro de 1986, modificado na 20ª Assembleia Geral em Barcelona, Espanha, em 6 de Julho de 2001, sob o título *Código Deontológico do ICOM para os Museus* e revisto pela 21ª Assembleia Geral realizada em Seul, Coreia do Sul, em 8 de Outubro de 2004.

“expõem [os museus de arte contemporânea] mais as incertezas do presente do que as certezas legitimadas pela História, não poucas vezes através da capacidade discursiva.”<sup>15</sup>

O nosso estágio decorreu no MACE, um espaço museológico implantado num edifício com valor histórico-arquitectónico e simbólico da cidade de Elvas, numa região ainda carenciada de instituições museológicas desta natureza e com baixos índices de consumo cultural por parte das populações. Reflexões como a qualificação da oferta cultural, isto é, os aspectos positivos e negativos do funcionamento dos museus, os seus recursos humanos, técnicos e financeiros ainda são incipientes nesta região, apesar dos documentos normativos/legitimadores como a Lei Quadro dos Museus e as linhas programáticas da Rede Portuguesa de Museus.

De acordo com o *Diagnóstico Social do Concelho de Elvas*<sup>16</sup>, o concelho de Elvas apresenta algumas debilidades estruturais, como a reduzida densidade populacional, o envelhecimento populacional e os baixos níveis de escolaridade da generalidade da população residente. Apesar de ser o terceiro concelho alentejano com menor índice de envelhecimento (131,16%), ou seja, por cada 100 jovens existem 131 idosos, a este valor acresce o índice de dependência total, na medida em que a relação entre os indivíduos em idade activa é cada vez menor para suportar economicamente aqueles que se encontram em idade não activa (0-14 e 65 ou mais anos). Paralelamente, apesar da taxa de analfabetismo tender a decrescer, mais de metade da população não completou o ensino obrigatório e apenas cerca de 8% obteve qualificações de nível superior. Este manifesto afastamento dos estudos pode estar associado a modelos familiares pouco escolarizados, bem como a um apoio limitado por parte dos pais menos qualificados aos seus filhos, salvo excepções.

No entanto, o concelho possui determinadas potencialidades que podem assumir, num futuro a médio prazo, alavancas de desenvolvimento: a profunda alteração da matriz de acessibilidades do território concelhio, primeiro, com construção do eixo rodoviário Lisboa – Madrid e, a médio - longo prazo, com a circulação ferroviária a alta velocidade

---

<sup>15</sup> Cf. Raquel Henriques da Silva, “Museus de Arte Contemporânea: uma extraordinária dinâmica”, in *Museologia.pt*, nº 2, p. 117, 2008.

<sup>16</sup> Cf. Câmara Municipal de Elvas, *Diagnóstico Social do Concelho de Elvas*, 2006

– TGV entre as capitais ibéricas, complementada por todas as infraestruturas e condições de acolhimento empresarial criadas, num espaço de localização geográfica apreciável, constituem factores determinantes das potencialidades de desenvolvimento do concelho de Elvas, com benefícios substanciais para a população e para quem visita. Acresce igualmente a valorização patrimonial, concretizada no processo em curso da Candidatura das Fortificações de Elvas a Património Mundial.

O território concelhio possui recursos naturais, paisagísticos e patrimoniais que permitem o desenvolvimento de actividades ligadas ao turismo e ao lazer. A valorização do património histórico e arquitectónico tem sido preocupação constante nos últimos anos, por parte do Poder Local, traduzida no investimento em projectos estruturantes para o concelho (de que é exemplo o próprio MACE, pela criação de postos de trabalho e pela oferta cultural que produz).

Do ponto de vista dos equipamentos culturais, Elvas apresenta as seguintes infraestruturas: Casa da Cultura; Centro de Negócios Transfronteiriço; Cine-Teatro; Coliseu; Biblioteca Municipal; Museu de Arte Contemporânea; Museu de Arte Sacra; Museu da Fotografia; Museu Militar (Forte de Santa de Luzia); Museu Militar (Regimento Infantaria 8); Auditório do Museu Municipal de Fotografia.

Tomando em consideração o contexto sócio-geográfico e cultural onde se insere o MACE, orientámos o nosso estágio para as preocupações do Museu relativamente aos públicos que recebe. Referimo-nos à palavra no plural – *públicos* - porque defendemos a heterogeneidade e multiculturalidade de indivíduos que entram num determinado espaço cultural, como um museu. Também fazemos a distinção entre o registo estatístico de visitantes e estudos de públicos, uma vez que, através das estatísticas poderemos constituir uma base de dados quase meramente quantitativa, enquanto os estudos de públicos podem fornecer uma série de dados qualitativos e de avaliação da instituição em causa e dos serviços que disponibiliza à sociedade e aos indivíduos que dela usufruem. Os estudos de público, se forem realizados de forma contínua, podem constituir um importante método de avaliação e, de acordo com Margarida Lima de Faria, quando se pensa em espaços culturais, ou eventos culturais, “avaliar” adquire a configuração de um processo de apreciação da adequação dos meios empregues para

atingir objectivos previamente definidos, ou seja, “define-se como um processo de apreciação da eficácia dos diversos meios de comunicação/difusão utilizados na concepção na concepção de produtos culturais ou educacionais.”<sup>17</sup> Nesta linha de pensamento, a mesma autora explicita a importância da pertinência e aplicação dos planos de avaliação, onde se incluem os estudos de públicos. Relativamente a esta questão, voltaremos a ela na segunda parte deste relatório aquando da apresentação da proposta de um modelo de inquérito por questionário, onde definiremos os objectivos do mesmo e as condições de aplicabilidade do mesmo. A aplicação de um questionário contempla processos de preparação e utilização do mesmo que implicam disponibilidade de permanência nos locais onde circulam os públicos, cobrindo diversos momentos do dia e diversos dias da semana, durante um período de tempo definido em função do que se considere representativo do universo estudado.

Detivemo-nos sobre os instrumentos de estudo e análise de públicos que o museu apresenta, nomeadamente uma folha de OPINIÃO, e as estatísticas de visitantes. A partir deles tentamos perceber o tipo de perfil de visitante do museu e reflectir sobre o modo como são aplicados aqueles instrumentos e os resultados aferidos, tendo em conta o tipo de instituição e o meio geográfico em que está inserida, assim como a sua missão e objectivos. Seguidamente, apresentamos uma proposta de um instrumento que permita aferir um conhecimento mais efectivo dos públicos do Museu. Referimo-nos à apresentação de um inquérito por questionário, que poderá ser aplicado a todos os visitantes daquele espaço, e que poderá permitir o conhecimento das opiniões e expectativas dos visitantes do museu, podendo avaliar, simultaneamente, os vários serviços que disponibiliza em simultâneo com a visita à exposição e ao museu. O MACE dispõe de um serviço de visita guiada através de áudio-guias; espaço de loja/livraria; espaço de mediateca e cafetaria.

Pensamos que, actualmente, as preocupações com os públicos já constituem um elemento central das instituições museológicas. O fenómeno dos públicos tornou-se na principal preocupação dos técnicos dos museus, por causa duma série de factores entre os quais: a descida do número de visitantes provocada pelo aumento da oferta sociocultural e da procura do lazer; a necessidade de conseguir novas fontes de

---

<sup>17</sup> Cf. Margarida Pires de Lima, “A avaliação dos Museus na perspectiva dos públicos, história, metodologia e perspectiva actual” in *Arquivos da Memória*, nº 10/11, Edições Colibri, Lisboa, 2001, p.54.

financiamento perante a redução do investimento público na cultura; a tendência para um maior escrutínio nos sectores da educação e da cultura; o incremento das exigências políticas dos patrocinadores dos museus; e a emergência da comparação das estatísticas de visitantes de museus como indicador do impacte das exposições.

Como refere uma socióloga da cultura, “o conhecimento das práticas culturais das populações ou, numa dimensão mais delimitada, do seu uso dos bens e serviços culturais disponíveis, é hoje um dos alvos das políticas culturais uma vez verificado que o aumento da oferta, mesmo quando bem sucedido, não é o garante do alargamento da procura ou da participação na vida cultural, ao contrário do que, décadas atrás, se acreditava. O actual interesse pelo estudo de públicos insere-se nesta nova linha de preocupações em que a relação oferta-procura ou, a outro nível, a relação produção-recepção deixaram já de ser lidas num sentido unívoco.”<sup>18</sup>

Mas, apesar das consideráveis vantagens que podem trazer, como inovadoras ferramentas de participação dos cidadãos nas políticas culturais locais, a sua incidência é ainda escassa nos museus portugueses, apesar das indicações do art.º 57º da Lei Quadro dos Museus, quando refere: “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.”<sup>19</sup> O registo estatístico de visitantes, mesmo que a partir de uma série de indicadores, não é o equivalente ao conhecimento das expectativas e opiniões dos visitantes do museu, ou seja, do seu perfil enquanto consumidores culturais.

## **1.2 Metodologia**

Tendo em conta os objectivos atrás definidos para a realização do estágio, começámos por averiguar o tipo de registo de visitantes que o MACE possuía e que outros instrumentos utilizava enquanto potencial informativo para o conhecimento dos seus públicos. Paralelamente, detivemo-nos sobre a análise estatística dos dados fornecidos pela folha de OPINIÃO disponível aos visitantes. Apresentamos aqui os resultados

---

<sup>18</sup> Cf. Maria de Lourdes Lima dos Santos (coord), Públicos do teatro de S. João. Coleção OBS-Pesquisas 10, 2001.

<sup>19</sup> Artº 57º da Lei Quadro dos Museus, Lei nº 47/2004 de 19 de Agosto.

dessa análise. (Ver Anexo 5) Tentámos, desta forma, reflectir sobre o tipo de informação disponibilizada quer pelo registo de visitantes, quer pela folha de OPINIÃO, tentando perceber até que ponto aqueles instrumentos forneciam, ou não, as respostas necessárias para uma caracterização do perfil dos públicos do MACE. Após esta fase de diagnóstico e tendo em conta as conclusões, propusemo-nos elaborar e apresentar um modelo de inquérito por questionário, cujos objectivos e metodologia divulgamos na segunda parte deste relatório.

### **1.3 Análise dos instrumentos para conhecimento dos públicos do MACE**

Desde a sua abertura, em Julho de 2007, até à data actual, o MACE tem procedido ao registo sistemático dos seus visitantes. Este registo é informatizado e é feito a dois níveis: um primeiro na área de recepção, onde o visitante adquire o bilhete de entrada no Museu, quer seja gratuito ou não. Paralelamente, é registado numa base de dados outro tipo de informação, como seja a nacionalidade dos visitantes, o tipo de visita (individual, em grupo organizado) e a hora da visita.

Os utilizadores do serviço da Mediateca também preenchem um formulário de inscrição, tal como também se regista o número de entradas na cafetaria, uma vez que a frequência desta pode ser feita de forma independente e sempre de forma gratuita em relação à visita ao museu. Exemplificamos o modelo de mapa utilizado para o registo das informações acima referenciadas em anexo (Anexos 1, 2 e 3).

A partir do modelo de mapa utilizado é possível recolher informação estatística, meramente quantitativa, sobre os seguintes itens:

- Grupos etários;
- Nacionalidade;
- Tipo de visita (individual ou em grupo);
- Hora da visita (maiores ou menores afluências).

Com efeito, os dados estatísticos permitem aferir afluências quantitativas de visitantes ao MACE e traçar, de uma forma geral, um perfil básico de visitante com as seguintes características: que idade tem, de onde é, como veio e quando veio. No que diz respeito

aos utilizadores da mediateca, a ficha de inscrição que é preenchida por todos os utilizadores daquele espaço permite aferir os seguintes dados em relação aos mesmos. (ver Anexo 4)

- Idade;
- Profissão;
- Habilitações literárias;
- Motivo da consulta/utilização do espaço.

Para além das informações meramente estatísticas traduzidas pelos mapas referidos anteriormente, o MACE possui uma designada folha de OPINIÃO, que se encontra no balcão de recepção do Museu. O facto de não ter regime de obrigatoriedade de preenchimento, faz com que apenas alguns visitantes o façam. Com efeito, desde o início de 2009, mais precisamente a partir do dia 18 de Janeiro<sup>20</sup>, até ao dia 1 de Março apenas 64 visitantes a preencheram de forma espontânea, o que é manifestamente uma amostra muito reduzida de um total de 968 visitantes (18 de Janeiro a 1 de Março). Apresentamos em anexo (Anexo 5) o tratamento estatístico que fizemos da referida folha de OPINIÃO e procuraremos aqui reflectir um pouco mais sobre o tipo de leitura que é possível aferir a partir dos dados recolhidos, ou seja, até que ponto aquela folha de OPINIÃO define um perfil de públicos deste museu.

Esta folha de OPINIÃO (ver aspecto da mesma no Anexo 5) apresenta ao visitante três perguntas directas com escolhas múltiplas:

1. É a 1ª vez que visita o MACE (Sim; Não)
2. Como teve conhecimento do MACE? (Internet; televisão; jornais; revistas; amigos; outros)
3. Forma de visita (individual; visita guiada; grupo)

Paralelamente, permite recolher dados estatísticos relativamente ao sexo, nacionalidade e proveniência dos visitantes.

---

<sup>20</sup> Data de reabertura do MACE ao público com uma nova exposição temática, “Corpo, densidade e limite”, a partir da colecção António Cachola. O museu havia encerrado a 31 de Dezembro de 2007 para desmontagem da anterior exposição e montagem desta nova.

Apresenta ainda um grupo de resposta mais aberta, onde são pedidas sugestões ou comentários, dando total liberdade de resposta.

Apresentamos, seguidamente, os resultados da análise da FOLHA DE OPINIÃO.

### **1.3.1 FOLHA DE OPINIÃO: análise estatística e comentários**

Foram recolhidas e analisadas 64 FOLHAS DE OPINIÃO.

Apresentamos aqui os resultados dessa análise. Incluímos, igualmente, as sugestões e os comentários colocados pelos visitantes.

#### **1. É a 1ª vez que visita o MACE?**

**Sim - 54**

**Não – 10**

Do número total de indivíduos que responderam ao inquérito a maior percentagem (84%) diz respeito aos que visitam o museu pela primeira vez. Os outros 16% repetem a visita.

**Comentário:** Num inquérito de estudo de públicos era importante saber o(s) motivo(s) da visita para os que responderam pela 1ª vez e perceber a motivação para a repetição da visita, no caso do segundo grupo.

---

#### **2. Como teve conhecimento do MACE?**

**Internet – 4**

**Televisão – 14**

**Jornais – 20**

**Revistas – 6**

**Amigos – 26**

**Outros – 20**

Verifica-se que a maioria dos indivíduos (29%) tomou conhecimento da existência do museu através de amigos, ou seja, por meio de outros indivíduos que já teriam visitado o espaço. Logo a seguir, a imprensa escrita (jornais 22%) e a televisão (16%) ocupam os

lugares cimeiros. O contacto com o museu através da internet apresenta uma percentagem ainda mais reduzida (4%) em relação à imprensa escrita (revistas – 7%).

Com uma percentagem elevada (22%) um grupo de indivíduos apontou outros meios a partir dos quais teve conhecimento do museu.

**Comentário:** Num inquérito de estudo de públicos era importante saber a que correspondem aqueles 22% (outros).

A informação que é passada oralmente entre as pessoas afirma-se como preponderante, logo seguida daquela que é disponibilizada pela imprensa.

A questão da percentagem reduzida atribuída à internet poderá ter a com o perfil de indivíduos que respondeu ao inquérito, ou com o facto do museu não ter um site individualizado, uma vez que é necessário aceder ao site da Câmara Municipal de Elvas que contém um link para o MACE.

---

### **3. Forma de visita?**

**Individual – 48**

**Visita guiada – 2**

**Grupo – 14**

Do total de inquiridos, 75% afirmam que visitaram o museu individualmente, contra 22% que o fizeram em grupo. Apenas 3% utilizaram o serviço de visita guiada.

**Comentário:** Num inquérito de estudo de públicos era importante saber o perfil destes visitantes que aparecem individualmente para visitar o museu. Perceber as suas motivações e o seu perfil sócio-cultural. Em segundo lugar aparecem aqueles que fazem a visita ao museu em grupo. O número reduzido dos que responderam que visitaram o museu em visita guiada prende-se com o facto de, nesta categoria de visita, os indivíduos não demonstrarem uma liberdade plena de disponibilidade, uma vez que surgem em grupo organizado, com horários pré-definidos para a visita, dificultando uma maior fruição dos espaços do museu (inclusive o de recepção onde se encontra a Folha de OPINIÃO).

---

### **4. Sexo dos visitantes**

**Feminino – 32**

**Masculino – 31**

N/R – 1

É quase igual a percentagem de mulheres e de homens que visitam o museu.

**Comentário:** Esta igualdade de participação poderá corresponder a uma verdadeira democratização destes espaços culturais. Num inquérito de estudo de públicos era importante cruzar estes dados com as motivações da visita e a forma de visita, assim como o perfil sócio-cultural destes indivíduos.

---

## 5. Idade (escalões etários)

0/12 – 0

13/18 – 2

19/30 – 10

31/40- 13

41/50- 13

51/60- 14

61/70- 8

71/80-1

N/R -3

A análise dos dados apresentados permite identificar que os indivíduos adultos a partir dos 30 anos até aos 60, correspondem a uma percentagem de 62% do total de visitantes do museu. Logo de seguida, com 16% aparecem os jovens entre os 19 e os 30 anos.

As percentagens reduzidas para os primeiros escalões etários (0/12 e 13/18) podem justificar-se pelo facto da visita ao museu se fazer, nestes casos, em grupo escolar e não de forma individual.

**Comentário:** É importante que as actividades programadas pelo serviço educativo para diferentes públicos e, conseqüentemente diferentes escalões etários, assim como as visitas guiadas, sejam avaliadas pelos utilizadores. Dessa forma, será mais fácil percebermos se o museu está a ir ao encontro das expectativas de cada um destes grupos geracionais, quais são essas expectativas e de forma corresponde a um espaço de consumo cultural, face às exigências da sociedade contemporânea em termos de lazer.

---

## 6. Nacionalidade

Portuguesa – 50

**Espanhola – 9**

**Inglesa - 2**

**Francesa – 1**

**Belga – 1**

**Italiana – 1**

Do total de indivíduos que responderam ao inquérito, 50% são de nacionalidade portuguesa, logo seguidos dos espanhóis. Com expressão reduzida estão outras nacionalidades da Europa.

**Comentário:** Num inquérito de estudo de públicos era importante saber a que corresponde uma percentagem tão baixa de espanhóis, dada a proximidade com o país.

---

## **7. Residência (dos visitantes portugueses)**

**Lisboa - 17**

**Porto – 18**

**Cascais – 2**

**Évora – 3**

**Elvas – 4**

**Ericeira – 1**

**Vila Nova de Gaia – 1**

**Estremoz – 1**

**Coimbra – 1**

**Santiago do Cacém – 2**

**S. Martinho do Porto – 1**

**Odivelas – 1**

**Oeiras - 2**

**Funchal – 1**

**Setúbal – 1**

**Almada – 1**

**Aveiro – 1**

**Leiria – 1**

**N/R - 5**

### **7.1 Residência dos visitantes estrangeiros**

**Badajoz – 3**

**Madrid – 4**

**Lagos – 1**

**Lisboa – 1**

**N/R – 5**

A maioria dos visitantes que reponderam ao inquérito são provenientes/residentes das cidades do Porto e de Lisboa. Todos os outros apresentam uma expressão reduzida. Convém salientar as 4 respostas de visitantes de Elvas.

**Comentário:** Será que o MACE já é um destino cultural? E se o é, para quem?

---

## **SUGESTÕES**

- “Colocar mais sinalética na cidade a informar da localização do Museu”;
  - “Mais tempo de exposição de cada “fragmento” da colecção”;
  - “Necessidade de existência da planta da exposição e informação desta na recepção”;
  - “Colocação de mais elementos pictóricos”;
  - “Mais divulgação dos horários do museu e do paiol pelos meios de comunicação (internet, postos de turismo, pousadas, rádio, hotéis) para que possam receber mais visitantes”;
  - “Nas visitas com grupos de alunos distribuir folhas de apoio A4 com um apoio de madeira ou de plástico”;
  - “O atendimento é muito satisfatório, contudo não deviam mudar tantas vezes de trabalhadores, pois dá um aspecto pouco seguro em relação ao Museu”;
  - “Mais informação sobre o painel de azulejos e a enigmática inscrição do fundo do auditório (capela)”;
  - “Melhorar a ligação entre as salas, pois nem sempre é perceptível”.
- 

## **COMENTÁRIOS**

- “Colecção muito interessante”;
- “Que este exemplo seja aplicado por Portugal fora”;

- “Edifício bem adaptado a Museu”;
- “Surpreendeu bastante pela positiva”;
- “Boa iniciativa e boa exposição”;
- “Atendimento agradável”;
- “Continuem o bom trabalho desenvolvido”;
- “Espaço agradável, disponibilidade e simpatia dos funcionários”;
- “Boa colecção de obras de artistas nacionais”;
- “Edifício bem aproveitado e com um belo espaço didáctico para as crianças”;
- “As instalações estão bem cuidadas assim como os serviços de atendimento são claros e concisos”;
- “Agradável vista panorâmica do terraço”;
- “MACE, um excelente exemplo para outros municípios”;
- “É de louvar este Museu”;
- “Boa recuperação do antigo hospital”;
- “Áudio-guias muito funcionais”.

Após a análise apresentada é possível avançar com as seguintes conclusões: tal como aparece referenciado no texto introdutório da folha de OPINIÃO, o objectivo desta é, através dos comentários dos visitantes, melhorar o serviço prestado pelo Museu e “proporcionar uma experiência única e agradável em cada visita efectuada à instituição”. Pensamos que esta folha de OPINIÃO é importante para uma breve caracterização dos visitantes do Museu mas, não serve, de modo algum, como instrumento de estudo de públicos. Estes deverão ser feitos a partir de questionário de opinião que poderá incidir sobre diferentes aspectos a estudar/conhecer e avaliar do museu e do seu relacionamento com os seus públicos. Nomeadamente, o tipo de discurso expositivo utilizado nas exposições, tendo em conta a sua especificidade (arte contemporânea); as estratégias utilizadas nas visitas guiadas/orientadas pelo serviço educativo e nos diferentes instrumentos de comunicação com o público (folhas de sala e áudio guias) e os vários serviços disponibilizados pelo museu, como sejam a loja/livraria e a cafetaria. Estes elementos poderão fornecer dados fundamentais que permitam perceber o real impacto do MACE na realidade local onde está inserido e, em

paralelo, com o universo nacional e internacional para o qual já foi projectado, principalmente através dos *media*.

#### **1.4 Estudo de públicos do MACE: algumas propostas ou o que é necessário perceber para além das estatísticas**

“(…) Quando a investigação [sobre o papel dos museus] é levada a cabo fora do museu, nos lares, nos locais de trabalho ou recreação, torna-se claro o quão marginais são os museus em relação à existência diária da maioria das pessoas (…) os museus têm de ser encaixados nos seus horários apertados, integrados nas suas entidades pessoais e sociais, conjugados com os seus interesses e agendas. Para qualquer outra pessoa à excepção dos profissionais de museu, estas instituições são realidades distantes, longínquas e, do conjunto de todas as instituições sociais, uma daquelas que pode ser usada ou dispensada segundo a vontade dos indivíduos. De facto, de todas as instituições sociais, os museus são uma das mais fáceis de dispensar. “

Eilean Hooper-Greenhil, *The Educational Role of the Museum*, 2ª ed., Routledge, Londres, 1999, p.11.

##### **1.4.1 Sobre a especificidade dos museus de arte contemporânea: a questão da arquitectura do espaço e a sua relação com os diversos públicos**

As instituições culturais, onde se incluem os museus, são elementos fundamentais para a construção das representações e identidades das comunidades onde estão inseridas, promovendo e sendo reflexo, simultaneamente, da vitalidade e da diversidade cultural. Nas últimas décadas temos vindo a caminhar da Sociedade da Informação para a Sociedade do Conhecimento e da Aprendizagem, implicando esta mudança uma passagem do campo do acesso à informação para o da aplicação, individual ou colectiva, dessa mesma informação. Esta mudança de paradigma promove a consciência de que os indivíduos são activos na construção de conhecimento e que as instituições culturais têm um papel fundamental a desempenhar neste campo, através do desenvolvimento de novas estratégias de relacionamento com os públicos, repensando e reequacionando os espaços e as formas para esse encontro. Os serviços e projectos educativos têm vindo a assumir, cada vez mais, o papel de interfaces de comunicação entre as instituições e as audiências, assumindo-se como lugares privilegiados para a construção de saberes e o estabelecimento de relações duradouras e exigentes. Contudo,

o fenómeno de dotar as instituições culturais de projectos de Serviço Educativo é recentíssimo. Basta analisarmos o historial deste processo em instituições como o Centro de Arte Moderna da Fundação Calouste Gulbenkian ou a Culturgest em Lisboa. Lembremo-nos que o Centro de Pedagogia e Animação do Centro Cultural de Belém, no modelo “pioneiro” que hoje tão bem conhecemos, tem apenas 10 anos. Embora a questão dos públicos para as artes se coloque em Portugal há mais de uma década, só muito recentemente se iniciou a publicação de estudos cujo carácter científico permitirá alcançar, futuramente, resultados mais sistemáticos nesta área ainda tão lacunar.

Paralelamente, o alargamento do conceito de museu está igualmente subjacente a uma maior valorização das actividades lúdico-culturais, que transcendem as tradicionais funções, possibilitando uma maior e diferente abertura do museu à multiculturalidade dos públicos. Esta evidência é particularmente acentuada pelos museus de arte contemporânea que, quanto a nós são espaços culturais com algumas características que os distinguem de outros, entre as quais, a questão dos discursos e representações inerentes à sua arquitectura. Tal como refere João Pedro Fróis, “o museu de arte tornou-se no século XX uma entidade socialmente visível. Esta visibilidade corporizou-se nos projectos arquitectónicos, acompanhada pela organização de exposições mediáticas (...) os vários “supermuseus” e centros de arte contemporânea são uma fonte importante para a captação de recursos materiais (...) alguns deles foram seguidos como modelo em vários países. Pela sua exuberância arquitectónica, estes museus são eles próprios o conteúdo e a forma da colecção.”<sup>21</sup>

Com efeito, num quadro mais amplo de redefinição do conceito de museu e da sua relação com os públicos, os museus de arte contemporânea assumem-se como instituições com um papel relevante nesse processo de mudança de paradigma, a que faz alusão o autor acima citado. Uma vez que os museus de arte contemporânea conferem visibilidade aos conceitos estéticos do presente constituem, simultaneamente, territórios de cruzamento entre as actuais tendências da museologia, da arte e da arquitectura. (BARRANHA, 2003: 312)

Na Europa, verifica-se uma tendência de evolução dos museus de arte contemporânea segundo duas vertentes distintas: a construção de edifícios de raiz com uma imagem urbana marcante e, em alguns casos, marcando uma ruptura estética com a envolvente;

---

<sup>21</sup> Cf. João Pedro Fróis, “Os Museus de Arte e a Educação. Discursos e práticas contemporâneas” in *Museologia. Pt*, nº 2, 2008, p.66.

ou a reabilitação/requalificação patrimonial de imóveis, onde a renovação é sentida apenas nos seus conteúdos expositivos. Este é o caso do Museu de Arte Contemporânea de Elvas aqui em análise.



**Foto 4** – Pormenor de uma obra do artista João Pedro Vale em exposição na antiga Sala do Consistório do edifício.



**Foto 5** – Pormenor de uma obra do artista João Pedro Vale no principal acesso ao edifício, ocupando a escadaria barroca.

Já se verifica ao longo da segunda metade do séc. XX, particularmente nas últimas décadas, que a arquitectura de museus tem estado frequentemente associada a processos de requalificação urbana e de “visibilização” de poder, quer central, quer local. Numa época em que o turismo cultural atinge uma notória expressão, os museus “passaram a marcar o imaginário social e a reflectir, na sua concepção e programação, continuidades e inflexões nas políticas urbanas e culturais.” (GRANDE, 2006: 164)<sup>22</sup>. Representam um ideal de urbanidade e de modernidade. Resta saber se aqueles que não se inscrevem nesta tendência, ou seja, os que resultam de acções de reabilitação de pré-existências, cumprem algum ideal de urbanidade e de modernidade. Será que têm que cumprir para se afirmarem enquanto espaços culturais da contemporaneidade?

É inegável que actualmente a promoção e a popularidade nacional e internacional de um determinado museu implica, como nunca, a divulgação da respectiva imagem arquitectónica nos diferentes canais de comunicação (media, Internet). Embora seja incontestável que a existência de uma colecção favorece a consolidação da identidade do museu, também é evidente que a experiência dos visitantes não se restringe, no nosso ponto de vista, à fruição dos conteúdos expositivos. Os espaços e a estrutura do edifício contribuem, na nossa opinião, de igual modo para a experiência comunicativa com os públicos.

Em Portugal e em Espanha verifica-se a existência de um conjunto diversificado e paradigmático de instituições museológicas que expressam as duas tendências acima referenciadas. A maioria das instituições encontra-se instalada em imóveis preexistentes, originalmente concebidos para outros usos. O Museu Nacional Centro de Arte Rainha Sofia, em Madrid (antigo Hospital de São Carlos); a Fundação Antonio Tàpies, em Barcelona (implantada na sede da Editora Montaner e Simón, um edifício de tipologia e tecnologia industrial); o Centro Andaluz de Arte Contemporânea, em Sevilha (instalado no Mosteiro da Cartuxa); o Museu do Chiado – Museu Nacional de Arte Contemporânea, em Lisboa (instalado no antigo Convento de S. Francisco); o Museu Municipal Amadeo de Souza-Cardoso, em Amarante (localizado no edifício do Convento de S. Gonçalo); Centro de Artes Visuais, em Coimbra (antigo Colégio das Artes) e o MEIAC, em Badajoz (implantado no antigo estabelecimento prisional),

---

<sup>22</sup> Cf. Nuno Grande, “Museus e Centros de Arte: ícones de urbanidade, instâncias de poder” in SEMEDO, Alice/ Lopes, João Teixeira (coord.) (2006), *Museus, discursos e representações*, Porto, Afrontamento, pp. 163-180.

constituem interessantes exemplos da conversão de edifícios históricos em espaços museológicos consagrados à arte contemporânea.

Em termos de imóveis especificamente projectados para este tipo de programa, o Museu Guggenheim de Bilbao, o Museu de Arte Contemporânea de Barcelona, o Centro Galego de Arte Contemporânea, em Santiago de Compostela, o Centro de Exposições do Centro Cultural de Belém, em Lisboa, e o Museu de Serralves, no Porto, encontram-se entre os casos mais emblemáticos. Estas novas instituições transformaram o panorama museológico da Península Ibérica, promovendo, simultaneamente, novas perspectivas sobre o património histórico e a criação contemporânea.

No seu Programa Museológico o MACE define-se como um “Centro difusor e impulsionador da arte, da cultura e do pensamento contemporâneos (...) obrigado a educar e estimular o público e a dinamizar a vida do museu, podendo promover periodicamente outras actividades (...) cursos, conferências, mesas redondas, encontros e foros de debate, workshops, ciclos de cinema e apresentações de livros.”<sup>23</sup>

Uma breve análise do parágrafo anterior transmite-nos a ideia de que efectivamente o MACE tem presente na sua missão a importância dos diferentes meios de comunicação/mediação que o museu deve assumir para além das exposições. Por outro lado, assume-se como espaço de encontro de ideias/conceitos ligados à cultura e criação artística contemporâneas, em sintonia com os conteúdos expositivos.

No entanto, os pressupostos enunciados anteriormente entram em profunda contradição com o espaço em si do museu que nos transmite em cada canto ideias e conceitos de um passado barroco: galerias de exposição em abóbada; portas de molduras em mármore rosado; escadaria principal de inspiração barroca; antiga sala do Consistório com o seu altar em mármore na parede do fundo e com o rico conjunto de painéis de azulejos setecentistas, pintados em azul e branco e datáveis de cerca de 1740, apresentando *Passos da vida de Santa Isabel*.

Será que este paradoxo entre a imagem arquitectónica do edifício e os conteúdos expositivos pode constituir uma barreira a uma das funções do museu enquanto espaço de comunicação activa? Ou pelo contrário, poderá tudo isto ser um importante desafio subjacente à missão do museu? Não teremos que ter em conta os diferentes públicos para quem o museu deverá definir criteriosamente o seu programa de comunicação?

---

<sup>23</sup> *idem*, p. 12.

Na nossa opinião, pensamos que este novo equipamento cultural, resultante de uma requalificação de uma pré-existência, totalmente vocacionado para as mais actuais tendências artísticas e estéticas, é bem um paradigma do confronto que muitas cidades históricas enfrentam hoje em dia entre novos e velhos discursos de poder; ou seja, na sua grande maioria, os museus e centros de arte contemporânea tendem a afirmar-se como ícones de urbanidade e a reflectir o discurso do poder político-cultural. No caso de Elvas, temos em confronto essa mesma perspectiva (colocada nos conteúdos expositivos) e um discurso político-cultural tradicional, do passado que a imagem do edifício encerra (antiga Misericórdia: afirmação do poder religioso).

Uma imagem bem diferente da de Elvas é-nos transmitida pelo Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo (MEIAC), em Badajoz, instituição com a qual o MACE pretende estabelecer parcerias, e que assumiu uma imagem arquitectónica marcante e de ruptura.

Será certamente estimulante o debate de ideias entre estas duas instituições no que diz respeito à sua comunicação com os públicos, neste caso, portugueses e espanhóis.

Então, como poderemos responder à seguinte questão? Que serviços educativos devem oferecer os museus de arte contemporânea neste contexto?

#### **1.4.2 Que serviços educativos para os museus de arte contemporânea?**

A opinião expressa por Eilean Hooper-Greenhill, a que fazemos referência no início deste capítulo, demonstra bem a preocupação pelo papel dos museus, hoje em dia, face às demandas da sociedade contemporânea. Com efeito, os museus são confrontados com a necessidade de diversificar os seus serviços, desenvolvendo estratégias e ofertas para atrair e alargar o número de visitantes, numa atitude competitiva (a nosso ver discutível) com uma alargada oferta ao nível da indústria do lazer e dos tempos livres.

Quando referíamos anteriormente a questão da atitude competitiva em relação ao número de visitantes dos museus face a outras instituições culturais, pensamos que nos devemos libertar das leis de mercado e da lógica mercantil, não esquecendo, obviamente, que a sua afluência é um factor importante na vida de um museu. A quantidade não tem, necessariamente, que ser inimiga da qualidade, mas não devemos perder de vista a qualidade e diversidade da programação e do discurso expositivo, a

relação com os públicos (comunicação) e a qualidade das visitas que são inevitavelmente afectadas quando se entra num processo de massificação.

A consciência da diversidade social e cultural veio alterar a relação dos museus com os seus públicos, nomeadamente com as comunidades envolventes. Deste modo, o papel educativo dos museus tem vindo a assumir um lugar fundamental, sobretudo como regulador de valores socioculturais e imposição de um sentido de cidadania.

O surgimento e a evolução dos serviços educativos dos museus em Portugal contextualiza-se no quadro evolutivo geral dos próprios museus, inseridos nas diferentes matrizes sociais, patrimoniais e organizacionais das respectivas instituições museológicas. Contudo, uma caracterização mais panorâmica deste sector, defronta-se com a inexistência de um estudo de conjunto sobre os serviços educativos dos museus portugueses e, especificamente dos museus de arte contemporânea.<sup>24</sup> O conceito de “serviço educativo” sobre o qual reflectimos corresponde aquele que é defendido por Clara Camacho, quando se refere a esta estrutura como “estrutura organizada, dotada de recursos mínimos, designadamente pessoal, inscrita organicamente no museu em que se insere, mesmo que de maneira informal, que desenvolve acções dirigidas ao público, com objectivos educativos.”<sup>25</sup> De um modo geral, a elaboração dos programas educativos dos museus de arte contemporânea tem como objectivos o desenvolvimento de capacidades de observação, de exploração e experimentação de novas situações; o desenvolvimento de competências para a diversidade de significados da obra de arte e para o entendimento de tudo aquilo que não é familiar. O papel do serviço educativo de um museu de arte contemporânea deve ser o de mediador de negociação entusiástica de sentidos e da experiência da sua inesgotabilidade.

Os modelos pedagógicos dos museus têm vindo a ser questionados por autores como Eilean Hooper-Greenhill<sup>26</sup>, John Falk<sup>27</sup> e Georges Hein<sup>28</sup>, colocando em evidência o

---

<sup>24</sup> Existem apenas algumas fontes documentais a que é possível recorrer, como os inquéritos e estudos desenvolvidos pelo Observatório das Actividades Culturais e os dados provenientes dos Museus da Rede Portuguesa de Museus (dados do relatório de actividades).

<sup>25</sup> Cf. Clara Frayão Camacho, “Serviços educativos na rede portuguesa de museus: panorâmica e perspectivas”, in *Serviços Educativos na Cultura*, Setepés, 2007, pp. 26-41.

<sup>26</sup> Cf. HOOPEER-GREENHILL, Eilean (1999) – “Education, communication and interpretation: towards a critical pedagogy in museums” in *The Educational Role of the Museum*, Routledge, 2ª ed London and New York, pp. 3-27.

<sup>27</sup> Falk, John H. ,Dierking, Lynn D. (2000). *Learning From Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning*. Lanham, New York, Oxford, Walnut Creek: Altamira Press

conceito de aprendizagem não formal, com uma base construtivista em contexto de museu. Neste sentido, os sujeitos são definidos como sendo activos na construção da interpretação das suas experiências educacionais, a partir dos seus conhecimentos prévios, das suas competências, do seu percurso de vida, da sua bagagem cultural e da sua motivação pessoal.

Uma vez que os pressupostos pedagógicos têm vindo a sofrer alterações, o modo como se pode avaliar os programas educacionais dos serviços educativos também deve acompanhar essas alterações. Isto é, para além das estatísticas de participantes nas actividades, que nos indicam apenas o apelo e atractividade das mesmas, é necessário aferir das alterações cognitivas, emocionais, ou outras, ao nível do próprio sujeito.

Por último, a programação pedagógica dos serviços educativos dos museus de arte contemporânea deve estar vocacionada para a multidisciplinaridade e interdisciplinaridade, convocando diversas áreas do conhecimento. O museu deve, como qualquer outro instrumento cultural, formar, educar e cultivar os seus públicos, tendo uma função eminentemente civilizadora. Desta forma, constitui um poderoso recurso para a educação e aprendizagem de toda a comunidade, independentemente da idade, das necessidades ou do meio de origem e actua, quando bem estruturado, como potencial agente de regeneração social e económica.

Existem estratégias, para além da programação pedagógica, que podem constituir um grande reforço da actividade do museu, como sejam a criação de espaços disponíveis ao público, como uma loja, uma cafetaria/restaurante. O museu deve, igualmente, realizar um diálogo diferente com os públicos, oferecendo não só informação sobre o seu património mas também uma visão do mundo exterior complexa, por exemplo através da realização de actividades culturais para diferentes audiências/públicos: o envolvimento das artes plásticas (no caso do MACE) com a música, o teatro e o cinema, entre outras. Neste sentido, defendemos que a programação integrada do museu e do serviço educativo deve proporcionar situações de aprendizagem ao longo da vida, contrariando os efeitos da polarização social, e produzir impacto ao nível da multidiversidade e multiculturalidade.

---

<sup>28</sup> Hein, George E. (1998). *Learning in the museum*. London and New York: Routledge.

#### **1.4.2.1 O Serviço Educativo do MACE**

Na proposta de Regulamento Interno do MACE, o art.º 16º define o Serviço Educativo do museu do seguinte modo:

“O Serviço Educativo do Mace tem como função museológica a Educação, assim, desenvolve actividades lúdico-pedagógicas dirigidas a públicos diversos, nomeadamente crianças, adultos e famílias.”

E apresenta, igualmente os seguintes objectivos:

- a) Dinamizar o museu, desenvolvendo programas educativos que tenham em conta o meio geográfico, antropológico e sociocultural em que está inserido;
- b) Sensibilizar a comunidade local para as artes plásticas e despertar o interesse e a curiosidade pela arte contemporânea;
- c) Integrar a produção artística nas problemáticas da sociedade contemporânea concebendo o trabalho com as obras de arte como portas abertas para a reflexão e o debate sobre o mundo que nos rodeia;
- d) Facilitar a familiaridade com os objectos artísticos através de acções de natureza lúdico-pedagógica, contribuindo para que os sujeitos sejam protagonistas e não apenas receptores de informações para interpretar ou reconhecer obras de arte;
- e) Criar o gosto pela frequência do museu promovendo a aprendizagem ao longo da vida;
- h) Fidelizar públicos.

Os objectivos enunciados pretendem definir os tipos de públicos para os quais o serviço educativo pretende desenvolver os seus programas:

“1 - O programa do serviço educativo do MACE procura, a longo prazo, contemplar toda a sua comunidade envolvente. Desta forma, tem que ter em conta todos os tipos de público e respectivas faixas etárias.

2 - As suas acções procuram originar olhares diversos, que suscitem crítica e interesse e que ajudem na construção de ligações entre públicos, objectos artísticos e espaços onde este encontro se pode dar. Assim, a programação do serviço educativo dirige-se a todos os públicos empenhados em conhecer e reflectir sobre a arte contemporânea e tudo o

que a ela está adjacente, de forma criativa, construtiva e participativa. Assim, a relação que o visitante estabelece com o espaço Museu e suas colecções terá que ser de fruição.

3 - Desta forma, o Mace, na sua programação, irá dirigir, a longo prazo, as actividades, ateliers e visitas guiadas/ orientadas ao Museu e respectiva exposição para o público escolar (Ensino Básico, Secundário e Politécnico), para maiores de 18 anos; famílias; seniores e, por último, para grupos específicos, como por exemplo, pessoas portadoras de deficiência motora.”



Foto 6 e 7 – Turma da Universidade Sénior e grupo de alunos do 1º Ciclo em actividades do Serviço Educativo.

O Serviço Educativo do MACE tem estabelecido uma parceria com a Universidade Sénior do Instituto Politécnico de Portalegre (através da Escola Superior Agrária de Elvas) e nesse contexto, nos anos lectivos de 2008-2009 e 2009-2010, tem desenvolvido um trabalho com os alunos da Universidade Sénior vocacionado para o contacto deste tipo de público com as artes visuais contemporâneas. Este trabalho de envolvimento com a comunidade sénior é de grande importância para a aproximação do museu a públicos tradicionalmente afastados desta realidade e, a grande maioria sem quaisquer hábitos de consumos culturais. Em função das exposições temáticas que o museu apresenta a partir da sua colecção, o Serviço Educativo define uma programação diferenciada, com conteúdos que se relacionam directamente com a temática da exposição. De um modo geral, a programação do serviço educativo do MACE é definida no sentido de:

- Conceber ateliers/oficinas temáticos, em torno da colecção e das exposições temporárias, orientados a diferentes tipos de público-alvo, que permitam o contacto com os diferentes materiais e técnicas das artes plásticas;
- Facilitar a familiaridade com os objectos artísticos através de acções de natureza lúdico-pedagógica, contribuindo para que os sujeitos sejam protagonistas e não apenas receptores de informações para interpretar ou reconhecer obras de arte;
- Integrar a produção artística nas problemáticas da sociedade contemporânea concebendo o trabalho com as obras de arte como portas abertas para a reflexão e o debate sobre o mundo que nos rodeia.
- Trabalhar com as instituições locais (associações socioculturais) e com o conhecimento popular, permitindo o cruzamento de olhares e formas de estar na vida. Dar oportunidade a que revelem a sua identidade local e ao mesmo tempo mostrar-lhes outras identidades.
- Estabelecer parcerias com as escolas do concelho do 1º Ciclo ao Ensino Secundário.

## **PARTE II: A PROPOSTA**

### **2.1 Contextualização dos estudos de públicos no panorama museológico português**

A instituição museológica onde desenvolvemos o estágio que conduziu à elaboração do presente texto é relativamente recente, uma vez que abriu ao público no ano de 2007. Surge, como referimos anteriormente, de uma vontade expressa de uma autarquia com o recurso a fundos comunitários, aplicados na recuperação e revalorização de património edificado da cidade.

Curiosamente, surge igualmente enquadrada numa fase dinâmica do panorama museológico português em geral e, particularmente, da Arte Contemporânea. Com efeito, entre 2006 e 2007, abrem ao público um considerável número de museus e centros de arte moderna, como sejam, a Ellipse Foundation (Alcabideche, Estoril), o Centro de Arte Manuel de Brito (Algés), Museu Colecção Berardo (Centro Cultural de Belém), Fundação António Prates (Ponte de Sôr), Museu do Neorealismo (Vila Franca de Xira).

Este é um período de maior consolidação do sector, conforme referem as conclusões do relatório do Observatório das Actividades Culturais sobre “Os Museus em Portugal no período 2000-2005: dinâmicas e tendências”<sup>29</sup>. Este Relatório refere que no período 2000-2005, se verificou uma valorização do património móvel por parte dos sectores público e privado e da função comunicação por parte dos museus; desenvolveram-se políticas culturais públicas do sector, através da requalificação (com fundos comunitários) de alguns museus nacionais, da criação da Rede Portuguesa de Museus, da aprovação da nova Lei-Quadro dos Museus Portugueses em 2004 e das regras de credenciação de Museus em 2006, através do Despacho Normativo nº 3/2006, de 25 de Janeiro. Outra das grandes mudanças deveu-se ao peso evidente das tutelas das administrações públicas, onde a administração local detém uma posição significativa, ou seja, onde se destaca o papel preponderante das câmaras municipais.

No contexto de toda uma dinâmica estrutural ligada aos museus, as preocupações com os públicos constituem, cada vez mais, elementos fundamentais das instituições e agentes culturais. Os estudos de públicos são, hoje em dia, importantes fontes para a planificação dos programas de captação e fidelização de públicos. Proporcionam, igualmente, uma oportunidade para promover a participação dos visitantes na planificação de exposições a fim de lhes oferecer um serviço mais direccionado com as suas necessidades e exigências. Servem de instrumento para o conhecimento das características dos públicos reais e potenciais do museu. Paralelamente, permitem avaliar a eficiência na gestão dos recursos da instituição e o impacte social que têm os programas e serviços educativos que oferece.

Relativamente à questão da avaliação dos serviços e recursos que uma instituição cultural pode oferecer, conhecemos já actualmente o modelo de avaliação aplicado à Administração Pública<sup>30</sup> (SIADAP), que avalia o desempenho dos serviços públicos, respectivos dirigentes e demais trabalhadores, numa concepção integrada dos sistemas de gestão e avaliação, permitindo alinhar, de uma forma coerente, os desempenhos dos serviços e dos que nele trabalham. O SIADAP assenta numa concepção de gestão dos

---

<sup>29</sup> Cf. José Soares Neves e Jorge Alves dos Santos, *Os Museus em Portugal no período 2000-2005: dinâmicas e tendências*, texto disponível em [www.oac.pt](http://www.oac.pt)

<sup>30</sup> Referimo-nos à Lei nº 66-B/2007 de 28 de Dezembro que institui o sistema integrado de gestão e avaliação do desempenho na Administração Pública (SIADAP).

serviços públicos centrada em objectivos, quer para os serviços (as unidades orgânicas), quer para os dirigentes e demais trabalhadores neles integrados. Dada a sua vocação de aplicação universal à administração estadual, regional e autárquica, tem previstos mecanismos de flexibilidade e adaptação amplos, de modo a enquadrar as especificidades das várias administrações, dos serviços públicos, das carreiras e das áreas funcionais do seu pessoal e das exigências de gestão. Sendo o MACE um museu de tutela municipal, a actuação dos funcionários em desempenho de funções, assim como os objectivos anualmente definidos para a instituição, passam obrigatoriamente por este sistema de avaliação.

No caso específico dos museus, e no que diz respeito às áreas funcionais, salienta-se o importante documento de referência sobre as profissões dos museus – *Referencial Europeu das Profissões Museais*<sup>31</sup> – lançado pelo ICTOP (o Comité Internacional do ICOM para a formação), onde são descritas as relações funcionais das várias profissões. O referencial apresentado apenas estabelece orientações que devem estimular uma discussão mais profunda em cada país tentando, sempre que possível, respeitar a diversidade cultural. Neste sentido, o referencial pretende ser a base para estabelecer os referenciais nacionais ou regionais complementares. São apontados três grandes eixos, a partir dos quais se poderão organizar as áreas dos profissionais dos museus, a saber: Colecção e Investigação; Públicos; Administração, organização e logística.

As preocupações com os públicos, apesar de não constituírem uma especificidade dos museus portugueses, são ainda matéria recente, em termos de reflexão e de prática efectiva junto das instituições. Simultaneamente, as questões relacionadas com os públicos estão em estreita relação com o(s) próprio(s) conceito(s) de cultura, que têm conhecido um alargamento do seu âmbito, diversificando os modos como se relacionam entre si obras, instituições, práticas, etc. Outro factor a ter em conta será, igualmente, o alargamento do conceito de património aplicado à instituição museológica. “É pela sua função de patrimonialização que os museus permanecem as instituições culturais que definem as fronteiras do valor cultural: entre o que é arte e o que não é; entre o que é *patrimonializável* e o que não é. Ou seja, continuam a ser instâncias privilegiadas de

---

<sup>31</sup> O documento pode ser encontrado em [www.icom-portugal.org/multimedia/File/referencialPT.pdf](http://www.icom-portugal.org/multimedia/File/referencialPT.pdf)

legitimação cultural (...) com os museus de arte no topo da sua hierarquia simbólica”.<sup>32</sup> Este mesmo artigo refere que a identificação da cultura com os museus aparece em nono lugar na média europeia e em sexto, em Portugal.

Como se relacionam, então, as questões do público com aquelas mudanças? Helena Santos, num artigo recente e actual sobre as questões dos públicos culturais e as suas relações com as instituições museais, aponta um conjunto de factores que podem fornecer uma série de linhas de orientação sobre a questão em causa.<sup>33</sup> Em primeiro lugar, refere o notório aumento e diversificação dos museus.<sup>34</sup> Em segundo lugar, salienta as consequências ao nível das modificações internas dos museus no que diz respeito às novas profissões dirigidas ao público: novas relações entre educação, turismo, marketing, arquitectura que se sobrepõem, muitas vezes, aos valores das colecções. Em terceiro, as mudanças de apresentação e programação traduzidas nas exposições e a associação disto a planos de programação cultural mais ampla, como a realização de colóquios, artes performativas, animação cultural, etc.

Em quarto lugar, a questão de um determinado estatuto público que os museus assumem que origina alguma ambiguidade à reflexão sobre os públicos: “conhecer o número de visitantes torna-se um elemento funcional incontornável para a gestão e programação museais, assim como para a indicição da sua visibilidade”.<sup>35</sup> É desta forma que o público se torna um mediador da comunicação entre o museu e a sua oferta cultural, legitimando-a perante a sociedade. Esta função de comunicação dos museus tem assumido papel preponderante na relação entre a instituição museal e os seus públicos, correspondendo à deslocação de uma gestão centralizada na conservação e nas colecções, para uma gestão mais focalizada no mercado e no público consumidor, ou seja, nas audiências de sucesso. Contudo, a nosso ver esta questão deverá ser olhada com alguma cautela, tal como afirma João Carlos Brigola, num artigo onde aborda o

---

<sup>32</sup> Cf. Helena Santos, *Públicos culturais: algumas notas com museus ao fundo* in *Museologia.pt*, ano II, nº 2, 2008, p. 78.

<sup>33</sup> Cf. Helena Santos, Op. Cit., pp.79-80.

<sup>34</sup> Uma das conclusões apontadas no relatório aos museus 2000-2005 é, efectivamente, o aumento do número de museus abertos, situando-se os museus de arte no primeiro lugar da tabela. Cf. José Soares Neves e Jorge Alves dos Santos, Op. Cit., p. 16

<sup>35</sup> *Idem*, p. 80.

problema da crise de identidade e institucional dos museus na contemporaneidade<sup>36</sup>, quando sublinha que “(...) são entre nós já muito evidentes os sinais de adesão a projectos de internacionalização, e de criação de novos e inesperados espaços museais, mais pautados por critérios de mediatização da imagem do que pelo bem fundado argumento da valia artística e científica dos acervos disponibilizados.” Refere ainda que esta mudança cria dificuldades na própria consolidação do património museológico nacional e na “definição de critérios e de prioridades culturais”. Aqueles projectos de mediatização da imagem do museu, estão normalmente associados a produções efémeras, para onde são canalizados elevados recursos financeiros e humanos, em detrimento de outras funções estruturantes do museu como o inventário, a documentação, a investigação e a conservação dos acervos. O mesmo autor chama ainda a atenção para o excessivo recurso ao *out-sourcing*, que poderá originar, conseqüentemente, o desaparecimento de algumas profissões “tradicionalmente ligadas à museologia e à museografia.”

Na nossa opinião, será necessário encontrar-se um equilíbrio entre as funções museológicas e as novas exigências dos públicos consumidores face à tendência geral para a diversificação da oferta e procura culturais, mesmo apesar das assimetrias nacionais. Este público é heterogéneo, curioso, na sua globalidade, ávido de ver, compreender e saber, actuando e reagindo de forma única e personalizada, na medida em que surge condicionado por múltiplas e variadas vivências. É a diversidade de expectativas e atitudes que este público traz consigo que urge analisar, a partir do momento em que o museu se dispõe a actuar para o benefício cultural e social de todos, de modo a avaliarmos o real impacto da oferta cultural “museu”. O aumento da procura museológica e a alteração dos contextos de visita têm favorecido a heterogeneidade dos públicos, aliadas a um maior cosmopolitismo cultural. Bruno Frey designou mesmo por *superstar museums*, os mega projectos museo-arquitectónicos contemporâneos, espectaculares e economicamente bem sucedidos.<sup>37</sup>

Em Portugal, ainda estamos longe de um conhecimento aprofundado, sistemático e integrado dos públicos e das práticas culturais das instituições museais. Existem ainda limitações ao nível das estatísticas de visitantes, uma vez que muitas delas resultam de

---

<sup>36</sup> Cj. João Carlos Brigola, “A crise institucional e simbólica do museu nas sociedades contemporâneas” in *Museologia.pt*, nº2, 2008, p. 156.

<sup>37</sup> Bruno Frey, cit in Helena Santos, *Op. Cit.* P. 82.

técnicas pouco rigorosas de contabilização, apesar da informatização das bilheteiras (pelo menos, entre os museus da Rede Portuguesa de Museus), uma vez que não contemplam a quantificação de utilização/ocupação de outros espaços e serviços que não o da exposição utilizados pelo visitante.

Para um conhecimento mais efectivo dos públicos dos museus portugueses será ainda necessário obter o conhecimento sociográfico da estrutura de visitantes, assim como as suas motivações, experiências e contextos de visita, de modo a entender-se a real interacção que se estabelece entre o público e o museu. Assumindo que este pode ser um espaço de aprendizagem não formal, para qualquer indivíduo, ao longo da vida, então, as questões de comunicação revelam-se de importância fulcral. A educação nos museus tem vindo a dar uma ênfase cada vez maior à aprendizagem como processo activo e partilhado de construção de significados para o mundo que nos rodeia. Os museus são espaços de sociabilidade que potenciam a troca de ideias e promovem a aprendizagem social.

É desta forma que alguns autores como John H. Falk e Lynn D. Dierking<sup>38</sup> englobam o tipo de aprendizagens ocorridas no museu num processo mais amplo a que designam de *museum experience* (experiência museal é o termo utilizado pelos profissionais em Portugal). Esta experiência é definida como o conjunto de aprendizagens, emoções, sensações e vivências resultantes da interacção entre o indivíduo e os objectos, as ideias, os conceitos, os discursos e os espaços do museu.<sup>39</sup>

De acordo ainda com aqueles autores, a *experiência museal* está condicionada pela intersecção de três contextos: o contexto pessoal, o contexto social e o contexto físico. É precisamente no espaço de intersecção destes contextos que se constrói e define a experiência do indivíduo no espaço museal. As aprendizagens que resultam deste processo constituem a conjugação do património cultural, social e emocional que cada indivíduo transporta consigo, com aquilo que o museu é capaz de lhe proporcionar.

---

<sup>38</sup> Cf. Lynn Dierking, *The Museum Experience*, Whalesback Books, Washington, D. C., 1992

<sup>39</sup> Cf. Susana Gomes da Silva, *Serviços educativos na cultura. Educação museal e prática educativa*. Texto policopiado, 2005

<sup>17</sup> Cf. Lynn Dierking e John H. Falk, "Learning in a personal context: levels of choice in a free choice learning environment" cit in *Science and natural History Museums. Science Education*, DOI 10. 1002 , 2006, p.76.

“Learning is always a highly personal process that is strongly dependent upon prior experiences and occurs within a situated sociocultural and physical context. It involves multiple sources of experience and information, which collectively contribute to knowledge construction.”<sup>40</sup>

O trabalho dos profissionais dos serviços educativos ou de educação dos museus centra-se nesta área de confluência entre os conhecimentos prévios e as expectativas trazidas pelos indivíduos e o contacto com os objectos/coleções/espço do museu. A articulação entre os aspectos enunciados anteriormente resulta de extrema importância. Os indivíduos que chegam ao museu trazem consigo uma série de conhecimentos, interesses e motivações que irão condicionar a sua experiência naquele espaço. J. Falk e Dierking definem mesmo o conceito de *personal agenda*<sup>41</sup>, enquanto o conjunto de motivações, interesses, expectativas e estratégias que os visitantes têm que os leva ao museu.

Para além de um trabalho mais atento e sistemático em torno das motivações e interesses dos visitantes, é igualmente necessário articular o conhecimento aprofundado sobre os públicos e não-públicos. Seria igualmente importante que o Estado reforçasse os investimentos em educação artística e cultural, para estimular apetências e familiaridades fruitivas onde elas escasseiam, e também nas áreas de publicidade e marketing cultural, para poder dar a conhecer os bens culturais e torná-los objectos de consumo concorrenciais no mercado global dos bens. Outro aspecto sobre o qual convém reflectir prende-se com as questões do multiculturalismo da sociedade contemporânea e o modo como condiciona, ou não, a programação/planificação das instituições museológicas. Novos e diferentes públicos constituem, na nossa opinião, outro desafio a ter em consideração quando falamos de estudos de públicos nos museus.

---

18 Cf. John H. Falk, “The Effect of Visitor's Agendas on Museum Learning” cit in *Curator*, 41/2 (June), 107-120.

## **2.2 Para um melhor conhecimento dos públicos do MACE: proposta de modelo de inquérito por questionário para o estudo de públicos**

### **2.2.1 Objectivos do estudo**

Como referimos na Introdução a este Relatório de Estágio, o tema de desenvolvimento do trabalho centrou-se à volta dos estudos de públicos do MACE, com dois objectivos específicos. Em primeiro lugar procurámos diagnosticar a instituição em causa, verificando e analisando os instrumentos que possuía para conhecer os seus públicos. As conclusões do levantamento efectuado levaram-nos a propor um outro instrumento de conhecimento dos públicos do museu, através da aplicação de um inquérito por questionário. O segundo objectivo do trabalho é, então, a apresentação de uma proposta de modelo de inquérito que possa ser aplicado na instituição onde desenvolvemos o estágio. O conhecimento do uso dos bens e serviços culturais através dos estudos de públicos é hoje um dos alvos das políticas culturais, uma vez que o aumento de oferta cultural não é a consequência directa da participação na vida cultural. É importante que as instituições tenham informação sobre quem as frequenta, por que o faz e como o faz. Um museu acessível é um museu que se preocupa com o seu actual e, sobretudo, potencial público; procura conhecê-lo melhor a fim de poder adaptar a oferta às suas necessidades, de modo a captá-lo e a fidelizá-lo. É igualmente fundamental para as instituições museológicas conhecerem os seus públicos para que possam comunicar o seu discurso expositivo de forma adequada.

No caso do MACE, o estudo dos públicos que o utilizam /frequentam revela-se de extrema importância, dado o contexto histórico-geográfico da sua criação. Em relação a esta questão, Margarida Lima de Faria refere que os estudos de públicos poderão ser acompanhados da realização de estudos sobre a população da região onde a instituição está inserida. “Estes estudos versarão, nesse caso, sobre as características sociais da população e os seus hábitos de lazer onde se incluirá a ida àquele espaço ou evento específico”.<sup>42</sup> Uma vez que não existem disponíveis estudos deste tipo para o concelho de Elvas, talvez fosse importante, em termos de estratégia cultural a médio e longo prazo, a elaboração dos mesmos. A instalação no centro histórico de Elvas de um museu de arte contemporânea deve assentar na maximização do acesso à colecção ali

---

<sup>42</sup> Cf. Margarida Lima Faria, “Avaliação” in SILVA, Susana Gomes da e BARRIGA, Sara, *Serviços Educativos na Cultura*, 2007, p.71.

apresentada, assegurando a sua representatividade cultural através do diálogo permanente com as populações envolvidas e a envolver. O MACE associa à relevância histórica e identitária do edifício onde está instalado a importância de se constituir como uma mais valia, enquanto instrumento de desenvolvimento de actividades culturais e de sentidos comunitários.

Relativamente à questão dos estudos de públicos do MACE, apontamos algumas linhas de trabalho que podem ser tidas em conta, uma vez que, apesar de existir hoje em dia uma moda por tudo o que diz respeito à contemporaneidade, a questão da plena fruição dos visitantes ainda é reduzida a alguns segmentos do público:

- Potenciar/avaliar a utilização de áudio guias que o museu disponibiliza, em três línguas (Por/Ing/Esp) aos visitantes. Aferir sobre a sua eficácia em termos de visita orientada e dos seus conteúdos;
- Avaliar o impacto da loja/livraria, tendo conhecimento que a cidade de Elvas possui apenas uma livraria, de carácter infantil e juvenil, localizada fora do centro histórico;
- Perceber a relação entre o visitante que vai ao museu e o que vai exclusivamente à cafetaria;
- Perceber a relação dos visitantes com o espaço. Distinguir os visitantes locais dos outros, uma vez que para os primeiros o espaço do MACE contém memórias passadas do seu uso enquanto hospital civil da cidade até aos inícios dos anos 90 do séc. XX.
- Potenciar/avaliar a diversificada programação do serviço educativo que procura definir estratégias de comunicação com os públicos em função de cada uma das temáticas das exposições apresentadas.

Neste sentido, o modelo de inquérito que propomos parte dos factores atrás enunciados e pretende atingir os seguintes objectivos:

- Identificar, caracterizar e interpretar o universo de visitantes do MACE;
- Identificar e caracterizar perfis de visitantes/públicos
- Identificar os não-públicos
- Perceber as razões da visita ao museu

- Avaliar o grau de satisfação dos visitantes em relação ao museu, às exposições e aos vários serviços que pode usufruir
- Avaliar a funcionalidade dos serviços que o museu disponibiliza (exposição; loja; cafetaria; mediateca)
- Identificar hábitos e consumos culturais dos públicos do MACE

### **2.2.2 Metodologia**

Propomos para a realização do estudo de públicos do MACE a aplicação de um inquérito por questionário durante o período de montagem de uma determinada exposição. A política de exposições do museu tem definida a realização de duas exposições temáticas anuais (em Janeiro, por ocasião do feriado Municipal, a 14 de Janeiro, e em Julho, comemorando o mês de abertura do museu- Julho 2007). Pensamos que deste modo preencheríamos uma amostra significativa de visitantes. A distribuição do questionário deverá ser acompanhada por um técnico que, simultaneamente, cruzara os dados estatísticos das entradas de bilheteira.

### **2.2.3 Modelo de proposta de inquérito por questionário**

A estrutura de inquérito por questionário que apresentamos está organizada em três grupos principais, a partir dos quais definimos as questões. A cada um dos grupos correspondem objectivos específicos distintos que, após a análise integral e integrada dos dados, permitirão cumprir os objectivos do estudo. Não esquecendo que existirá, simultaneamente uma relação estatística de entradas no museu que deverá ser tida em consideração. De um modo geral, procurámos contemplar as seguintes variáveis:

- Os aspectos sociodemográficos: idade, género, nível sócio-económico, nível de instrução, residência, grupo ocupacional e modalidade de coabitação.
- Os aspectos relacionados com os hábitos de visita: número de visitas, visitas a outros espaços/instituições semelhantes;
- Os aspectos relacionados com a visita: tipo e modo de visita, com quem realizou a visita;
- Opiniões sobre o espaço, a visita, a exposição, o nível de satisfação da funcionalidade dos serviços disponibilizados pelo museu.

Passamos, então, a descrever os grupos:

## **GRUPO 1**

As questões integradas neste grupo têm como objectivo geral a caracterização socio-demográfica dos públicos do MACE. A partir destes dados será possível traçar a sociografia dos inquiridos.

### **Dados sociográficos**

**P1. Sexo**    Masculino   
                  Feminino

**P2. Idade**

**P3. Residência** (indicar concelho e localidade)

**P4. Nacionalidade**

**P5. Com quem vive?**

Cônjuge/companheiro(a)

Pai

Mãe

Filho (s)

Outros familiares

Amigo (a)

Só

n/r

**P5.1. Se tem filho(s) que viva(m) consigo, indicar a(s) idade(s)**

\_\_\_\_\_ anos \_\_\_\_\_ anos \_\_\_\_\_ anos \_\_\_\_\_ anos \_\_\_\_\_ anos

n/r

**P6. Nível de escolaridade**

|   | Pró-prio | Pai | Mãe | Cônjuge |
|---|----------|-----|-----|---------|
| Nunca frequentou o ensino                   |          |     |     |         |
| Ensino Básico Primário                      |          |     |     |         |
| Ensino Básico Preparatório (1º e 2º Ciclos) |          |     |     |         |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
| Ensino Básico (3º Ciclo)                         |  |  |  |  |
| Ensino Secundário (10º/11º/12º)                  |  |  |  |  |
| Ensino Médio                                     |  |  |  |  |
| Ensino superior                                  |  |  |  |  |
| n/s  |  |  |  |  |
| n/r  |  |  |  |  |
| Se possui curso médio ou superior, indique qual: |  |  |  |  |

**P7. Profissão principal**

n/r

**P8. Situação na profissão principal**

Patrão

Trabalhador por conta própria

Trabalhador por conta de outrem

Estudante

Desempregado

Outra situação. Qual?

n/r

**GRUPO 2**

O grupo de questões abaixo indicadas pretende identificar as motivações da ida ao MACE e a frequência das mesmas; as modalidades de acompanhamento e o mapeamento das práticas culturais de saída dos inquiridos, no que diz respeito à frequência de outros espaços semelhantes.

**P9. O que o(a) trouxe a ver esta exposição no MACE?**

Alguém no seu círculo de amigos lhe recomendou esta exposição

A leitura da crítica especializada despertou-lhe interesse

A temática da exposição

Visita guiada organizada

A publicidade sobre a exposição e o museu

Outras circunstâncias. Qual ou quais?

n/s

n/r

**P10. É a primeira vez que vem ao MACE?**

Sim

Não (passar à pergunta 12)

n/s

n/r

**P11. Se sim, indique a(s) razões por que nunca o fez antes (escolha um máximo de 3)**

Mora demasiado longe

Não sabia da existência do Museu

Não tem o hábito de visitar museus

Não tem o hábito de visitar museus de arte contemporânea

Outra (s). Qual ou quais?

n/s

n/r

**P12. Se não é a primeira vez que visita o MACE, o que o motivou a voltar? (escolha um máximo de 3)**

Interesse pelo Museu (edifício/coleção)

A exposição patente

Assistir a alguma actividade programada pelo Museu

Motivos profissionais

Interesse artístico

Outro (s). Qual ou quais?

n/s

n/r

**P13. Quais as exposições que já visitou no MACE?**

Exposição Inaugural “Uma coleção em progresso” (Julho a Outubro 2007)

“Algumas paisagens no MACE” (Outubro 2007 a Março 2008)

“Sobre a defesa e o ataque” (Março a Dezembro 2008)

“Corpo, densidade e limite” (Janeiro a Julho de 2009)

“Lista de Verbos” (Julho a Dezembro 2009)

**P14. Por que meio teve conhecimento do Museu? (escolha um máximo de 3)**

Através da imprensa nacional

Através da imprensa local

Através do site do Museu

Através de outros sites

Por indicação de amigos/familiares

Alojamento turístico

Através de um anúncio na televisão

Outro(s). Qual ou quais?

n/s

n/r

**P15. De uma forma geral, quando pensa em sair como é que obtém informação sobre a oferta cultural? (resposta múltipla)**

Através de jornal diário. Qual ou quais?

Através de jornal semanário. Qual ou quais?

Através de revistas. Qual ou quais?

Através da televisão

Através da rádio

Em agenda cultural

Em conversa com amigos

Através da publicidade de exterior (cartazes, outdoors)

Mailings

De outras formas. Quais?

n/s

n/r

**P16. Veio acompanhado(a)?**

Sim

Não (passar à P18)

n/r

**P17. Se sim, indique com quem (resposta múltipla)**

Com cônjuge/companheiro(a)

Com outros familiares

Com namorado(a)

Com colegas de trabalho e/ou da escola/faculdade

Em grupo de amigos

Com amigo(a)

n/r

**P18. A Como veio visitar o MACE?**

Em visita individual

Em grupo Escolar? \_\_\_\_\_ Familiar? \_\_\_\_\_ Organizado \_\_\_\_\_

Em visita guiada marcada

**P19. Já conhecia ou possuía alguma informação sobre as obras e os artistas em exposição?**

Sim

Não

n/r

**P.20 Conhece outros museus da cidade de Elvas?**

Sim. \_\_\_\_\_ Qual ou quais?

Não

**GRUPO 3**

Para saber da forma como é avaliado o MACE questionamos os inquiridos sobre aspectos do edifício do museu e da funcionalidade dos serviços que disponibiliza, da acessibilidade da exposição e do acolhimento dos funcionários. Por sua vez, inquirimos igualmente sobre a importância conferida ao MACE, enquanto instituição cultural de Elvas e a sua representação a nível nacional, no contexto geral das instituições museológicas.

**P21. Em relação aos seguintes itens referentes ao MACE indique o seu grau de satisfação. Atribua um valor de acordo com:**

**0- Muito insatisfeito; 1- Insatisfeito; 2- Satisfeito; 3- Muito satisfeito**

|   | Grau de satisfação | n/r | n/s |
|---|--------------------|-----|-----|
| Estado de conservação do edifício                   |                    |     |     |
| Limpeza dos wc's                                    |                    |     |     |
| Funcionamento da bilheteira                         |                    |     |     |
| Atendimento na recepção/loja                        |                    |     |     |
| Acolhimento na mediateca                            |                    |     |     |
| Orientação dos vigilantes nas galerias de exposição |                    |     |     |
| Horário de funcionamento                            |                    |     |     |
| Circulação pelo interior do edifício                |                    |     |     |
| Sinalética na cidade a indicar o Museu              |                    |     |     |
| Desdobrável do Museu                                |                    |     |     |

**P22. Em relação a esta exposição, qual a sua opinião sobre os seguintes itens?**

**Atribua um valor de acordo com:**

**0- Muito insatisfeito; 1- Insatisfeito; 2- Satisfeito; 3- Muito satisfeito**

|   | Grau de satisfação | n/r | n/s |
|---|--------------------|-----|-----|
| Circulação pelas galerias de exposição                                |                    |     |     |
| Informação disponível acerca do conteúdo da exposição (folha de sala) |                    |     |     |
| Informação disponibilizada pelos áudio-guias                          |                    |     |     |
| Projecto expositivo   |                    |     |     |
| Iluminação  |                    |     |     |

**P23. A exposição correspondeu às suas expectativas?**

Sim

Não

Superou

n/r

**P24. Mudaria algum aspecto desta exposição?**

Sim O quê?

Não

n/s

n/r

**P25. Numa escala de 1 (mínimo) e 10 (máximo) como cotaria o MACE em termos de importância no quadro das instituições museológicas na cidade de Elvas?**

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |

n/s

n/r

**P26. E num quadro mais geral das instituições museológicas do país?**

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |

n/s

n/r

**P27. Na sua opinião o MACE é um espaço acessível... (escolha apenas uma resposta)**

A todas as pessoas

À grande maioria das pessoas

A muitas pessoas mas não à maioria

Só a algumas pessoas

n/s

n/r

**P28. Sugestões/comentários**

Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

## **2.4 Considerações finais**

O Relatório que apresentamos decorre do estágio efectuado no Museu de Arte Contemporânea de Elvas, entre os meses de Janeiro e Março de 2009, que teve como objectivo geral o estudo de públicos daquela instituição. Num primeiro momento, diagnosticámos os instrumentos aplicados para o conhecimento efectivo dos seus públicos, que se resumiam aos dados estatísticos de entrada de bilheteira e à existência de uma FOLHA DE OPINIÃO. Analisámos os dados estatísticos e o conteúdo funcional da referida FOLHA DE OPINIÃO e, deste modo, foi possível concluir que eram insuficientes e incompletos para uma definição e caracterização de perfil(s) de público(s) e de consumos culturais dos mesmos. Paralelamente, também não expressavam o grau de satisfação dos visitantes em relação àquele espaço e aos serviços disponibilizados pelo mesmo. Por outro lado, também resultava de difícil percepção o real impacto do MACE na cidade de Elvas, dada a herança histórica do edifício (antigo Hospital da Misericórdia), agora associada a um museu de arte contemporânea.

Tomando em consideração os resultados do diagnóstico, propusemo-nos apresentar a aplicação de um instrumento de estudo de públicos - um inquérito por questionário - que permita traçar uma sociografia dos públicos do museu, conhecer os seus hábitos de consumo cultural e, simultaneamente, avaliar o próprio museu. No caso do MACE, o estudo dos seus públicos e, simultaneamente dos seus não-públicos, ou públicos potenciais, revela-se de extrema importância, dado o contexto histórico-geográfico da sua criação. A instalação, no centro histórico da cidade de Elvas, de um museu de arte contemporânea, fundado no pressuposto da divulgação e investigação na área da produção e do conhecimento contemporâneos constituem, a nosso ver, um polémico e corajoso investimento. Esperemos que esta atitude tenha retorno em termos da sua aceitação, participação e reconhecimento pela cidade e pelo exterior.

Ao longo deste Relatório referimo-nos, igualmente, à importância do Serviço educativo do MACE, enquanto agente mediador entre o museu e a sociedade (os públicos) podendo mesmo assumir-se como plataforma de ressonância da audiência em relação ao trabalho desenvolvido em todas as áreas do museu. O trabalho que desenvolve de aproximação do museu e dos seus conteúdos e experiências à comunidade, através da sua programação, procura ir no sentido de uma regeneração educacional vocacionada

para as artes. Implementar uma política educativa é um processo longo até que assuma um papel verdadeiramente efectivo e central na vida da comunidade.

No seu Programa Museológico, o MACE define-se como um “Centro difusor e impulsionador da arte, da cultura e do pensamento contemporâneos (...) obrigado a educar e estimular o público e a dinamizar a vida do museu, podendo promover periodicamente outras actividades (...) cursos, conferências, mesas redondas, encontros e foros de debate, workshops, ciclos de cinema e apresentações de livros.”<sup>43</sup> Desta forma, o conhecimento dos públicos reais e dos seus públicos potenciais é um factor importante para a gestão e programação do MACE, assim como para a sua verdadeira integração no meio local em que está inserido. O conhecimento estatístico quantitativo do número de visitantes do MACE é importante se, paralelamente, podermos cruzar dados qualitativos sobre esses mesmos visitantes e o modo como “olham” para o museu e nele participam e interagem.

Tendo em conta as exigências actuais, também ao nível cultural, da sociedade de consumo, é fundamental que as instituições culturais como o MACE tenham um conhecimento profundo dos seus “consumidores”. Só deste modo é possível potenciar uma verdadeira comunicação com os diferentes públicos e estabelecer um verdadeiro diálogo crítico, para que o museu possa criar uma diversidade de propostas para responder a uma diversidade de expectativas por parte do(s) público(s). Só deste modo é possível legitimar, a longo prazo, as relações com os públicos, permitindo a continuidade, neste ou noutro formato, de projectos culturais como o do MACE.

---

<sup>43</sup> Cf. Maria de Jesús Ávila, op. Cit, p. 12.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

### **FONTES**

ÁVILA, Maria de Jesús – *Museu de Arte Contemporânea de Elvas. Coleção António Cachola. Programa Museológico*, 2003.

PROTOCOLO de acordo entre a Câmara Municipal de Elvas e Dr. António Cachola, Elvas, 21 de Abril de 2001 (Arquivo MACE).

### **LEGISLAÇÃO**

Lei Quadro dos Museus Portugueses- Lei nº 47/2004 de 19 de Agosto.

### **ARTIGOS E MONOGRAFIAS**

BARRANHA, Helena Silva -“Arquitectura de museus de arte moderna e contemporânea”in, *Revista da Faculdade de Letras do Porto. Ciências e Técnicas do Património*, I Série, Vol. 2, Porto, 2003, pp. 311-333.

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca - *El museo como espacio de comunicación*, Gijón, Ed. Trea, 1998.

HOOPER-GREENHILL, Eilean - *Los museos y sus visitantes*, Gijón, Ed. Trea, 1994.

*idem* – *The Educational Role of the Museum*. London: Routledge, 1994.

MELO, Alexandre, *Arte e Artistas em Portugal*, Bertrand Editora e Instituto Camões, Lisboa, 2007.

*Museologia.pt*, nº 1, ano I, Instituto dos Museus e da Conservação, Maio de 2007.

*Museologia.pt*, nº 2, ano II, Instituto dos Museus e da Conservação, Novembro de 2008.

PINHARANDA, João (Coord.)– *Coleção António Cachola: um roteiro. Elvas: Câmara Municipal de Elvas*, 2007

*Idem*– “Uma coleção em progresso. Da necessidade da Coleção António Cachola” in *Coleção António Cachola: um roteiro. Elvas: Câmara Municipal de Elvas*, 2007

*Idem* – *Coleção António Cachola. Museu de Arte Contemporânea de Elvas: Câmara Municipal de Elvas*, 2009

PUIGGRÓS, Elena – *Los Museos para el público, un público para los museos*, Girona, Xarxa d'Ecoles de Turisme, 2005.

SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos (coord) – *As políticas culturais em Portugal: Relatório Nacional*, Observatório das Actividades Culturais, Coleção OBS- Pesquisas 3, Lisboa, 1998.

*Idem* – *Público(s) do Teatro S. João*, Observatório das actividades Culturais, Coleção OBS Pesquisas 10, Lisboa, 2001.

*Idem* – “Políticas culturais e suas incidências” in OBS. Publicação periódica do Observatório das actividades culturais, nº 14, Novembro 2005, pp. 3-10.

SILVA, Raquel Henriques - “*O (s) discurso (s) dos museus de arte: da celebração aurática e da sua questionação*” in SEMEDO, Alice/ LOPES, Teixeira J.(coord.), *Museus, Discursos e Representações*, Porto: Edições Afrontamento, 2006.

SILVA, Susana Gomes da “Museus, Cultura e Sociedade: novos desafios, novas relações”, in *Educar Hoje – Enciclopédia dos Pais*, vol. IV, Amadora, Lexicultural-Activ. Editoriais, 2001, pp. 134-135.

SILVA, Susana Gomes da e BARRIGA, Sara– *Serviços Educativos na Cultura*, Setepés: Porto, 2007.

## **ANEXOS**

ANEXO 1: Mapa de Registo de entrada diária de visitantes por horas

Mapa de Registo de Entradas/Visitantes

Museu

Mês de Fevereiro de 2009

| Horas  | 10-11 | 11-12 | 12-13 | 14-15 | 15-16 | 16-17 | 17-18 | Totais | Observações |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------------|
| Dias   |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 1      |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 2      |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 3      |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 4      |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 5      |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 6      |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 7      |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 8      |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 9      |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 10     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 11     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 12     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 13     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 14     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 15     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 16     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 17     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 18     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 19     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 20     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 21     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 22     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 23     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 24     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 25     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 26     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 27     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 28     |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| TOTAIS |       |       |       |       |       |       |       |        |             |



Segundas-feiras e Terças-feiras de manhã.

ANEXO 2: Mapa de Registo de entrada diária de visitantes por escalões etários e grupos

Mapa de Registo de Entradas/Visitantes por Grupos

Museu

Mês de Fevereiro de 2009

| Grupos | <12 |   |   | Dos 12 aos 18 |   |   | >18 |   |   | Visitas em Grupo* |     | Idade de Ouro | Reformados |   |   | Totais |
|--------|-----|---|---|---------------|---|---|-----|---|---|-------------------|-----|---------------|------------|---|---|--------|
|        | P   | E | O | P             | E | O | P   | E | O | Esc               | Out |               | P          | E | O |        |
| Dias   |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 1      |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 2      |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 3      |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 4      |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 5      |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 6      |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 7      |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 8      |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 9      |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 10     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 11     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 12     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 13     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 14     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 15     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 16     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 17     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 18     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 19     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 20     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 21     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 22     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 23     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 24     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 25     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 26     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 27     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| 28     |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |
| Totais |     |   |   |               |   |   |     |   |   |                   |     |               |            |   |   |        |

P- Português  
 E- Espanhol  
 O- Outra (especificar)

\*Especificar nomes das instituições



Segundas-feiras e Terças-feiras de manhã.

**ANEXO 3: Mapa de Registo de entrada diária de utilizadores da cafetaria**

**Mapa de Registo de Entradas/Visitantes**

**Cafetaria**

**Mês de Fevereiro de 2009**

| Horas<br>Dias | 10-11 | 11-12 | 12-13 | 14-15 | 15-16 | 16-17 | 17-18 | Totais | Observações |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------------|
| 1             |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 2             |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 3             |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 4             |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 5             |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 6             |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 7             |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 8             |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 9             |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 10            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 11            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 12            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 13            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 14            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 15            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 16            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 17            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 18            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 19            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 20            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 21            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 22            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 23            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 24            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 25            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 26            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 27            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| 28            |       |       |       |       |       |       |       |        |             |
| <b>TOTAIS</b> |       |       |       |       |       |       |       |        |             |



Segundas-feiras e Terças-feiras de manhã.

ANEXO 4 – Ficha de registo dos utilizadores da Mediateca

**Mediateca**

**Inscrições**

**Nome:**

**Morada:**

**Idade:**

**Habilitações literárias:**

**Profissão:**

**Contacto:**

**Data e hora:**

**Motivo da Consulta:**

MUSEU DE ARTE  
CONTEMPORÂNEA  
DE ELVAS



COLEÇÃO  
ANTÓNIO  
CACHOLA

**OPINIÃO**

**OPINION**

Os comentários dos visitantes do Museu de Arte Contemporânea de Elvas são de extrema importância para a melhoria contínua do serviço por nós prestado. É nosso objectivo proporcionar uma experiência única e agradável em cada visita efectuada à instituição.

Volte sempre, o Museu de Arte Contemporânea de Elvas agradece.

*Visitors' opinions are the utmost importance to the Museu de Arte Contemporânea de Elvas, enabling us to steadily improve the services we offer. Our aim is to make each visit to the institution a unique and pleasurable experience. The Museu de Arte Contemporânea de Elvas thanks your visit and hopes you will come back soon.*

1. É a 1ª vez que visita o MACE? / *Is it your 1<sup>st</sup> visit to MACE?*

Sim / Yes                       Não / No

2. Como teve conhecimento do MACE?

*How did you know about MACE existence?*

Internet                               Revistas / Magazines

Televisão / Television            Amigos / Friends

Jornais / Newspapers            Outros / Others

3. Forma de visita? / *How did you visit?*

Individual / *By my self*

Visita guiada / *Guided tour*

Grupo / *Group*

Sugestão / *Suggestion*

Comentário / *Comment*

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Data de visita / Date of the visit

Feminino / Female

Masculino / Male

Idade / Age

Nacionalidade / Nationality

Residência (cidade/país) / Address (city/country)

Email

Museu de Arte Contemporânea de Elvas - Rua da Cadeia s/n 7350 Elvas  
telf: 00351 268 637 150 e-mail: [museu.arte.contemporanea@cm-elvas.pt](mailto:museu.arte.contemporanea@cm-elvas.pt)  
[www.cm-elvas.pt/mace](http://www.cm-elvas.pt/mace)