

## Os estudos de público nos museus novas ferramentas para a participação dos cidadãos nas políticas culturais locais

---

**Os estudos de públicos, internacionalmente conhecidos como visitor studies, são fontes da planificação dos programas de captação e fidelização de públicos que proporcionam 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.**

Nos últimos tempos, o fenómeno dos públicos tornou-se na principal preocupação dos técnicos dos museus, por causa duma série de transformações de distinta natureza; entre outras: a descida do número de visitantes provocada pelo aumento da oferta sociocultural e da procura do lazer, a necessidade de conseguir novas fontes de financiamento perante a redução do investimento público na cultura, a tendência para uma maior fiscalização 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 impacto das exposições. Mas, apesar da importância adquirida pelos visitantes, os públicos continuam a ser uma das partes mais desconhecidas dos museus, uma vez que os técnicos não costumam ter em conta o seu papel, por medo de mostrar certas carências profissionais, mas também por causa da inapetência que afecta certos sectores profissionais.

Os estudos de público podem ajudar a inverter esta situação ao aproximar o museu à cidadania e a tornem parte das políticas culturais. A Associação Americana de Museus define estas ferramentas como os processos de obtenção de conhecimento sistemático sobre os visitantes de museus, actuais e potenciais, com o propósito de empregar o dito conhecimento na planificação e pôr em marcha actividades relacionadas com os públicos.

Os estudos de públicos, internacionalmente conhecidos como visitor studies, são, portanto, fontes da planificação dos programas de captação e fidelização de públicos que proporcionam 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.

Permitem também identificar as características dos públicos, conhecer tanto as suas expectativas como as suas preferências, para organizar os conteúdos expositivos em função dos seus interesses e adequar o discurso expositivo ao nível intelectual, físico, social e emocional dos visitantes.

Ao mesmo tempo que possibilitam fundamentar as práticas profissionais do pessoal dos museus num conhecimento museológico e museográfico sobre os visitantes, constituem um mecanismo regulador do funcionamento destes equipamentos, que permite avaliar a eficiência na gestão dos recursos da instituição e o impacto social que têm os programas e serviços socioeducativos que oferece.

Por isso, os estudos de público chegam a incidir sobre a própria instituição museística, desvelando os pontos fortes e fracos da mesma ao identificar não só as melhoras que são necessárias, senão também os resultados alcançados pela instituição.

Mas, apesar das consideráveis vantagens que podem trazer, a sua incidência é ainda escassa nos museus e centros de divulgação científica do território galaico-português, pelo que deverão ser incorporados às políticas museísticas como inovadoras ferramentas de participação dos cidadãos nas políticas culturais locais.

Pois, advogamos pela realização de estudos de público para melhorar o seu funcionamento a partir da identificação das necessidades e exigências das pessoas segundo as características que as definem; da caracterização dos vários perfis socioculturais dos visitantes; da obtenção da valorização que fazem os usuários da oferta de serviços e programas do museu; das preferências manifestadas pelos visitantes perante a colecção de peças do museu; da medida do contributo da montagem da exposição ao estabelecimento das relações temáticas e cronológicas previstas no projecto expositivo; e do conhecimento do grau de satisfação mostrado pelos visitantes da exposição.

Tudo a fim de poder proporcionar aos cidadãos uma oferta de serviços adequada às suas demandas, como passo prévio para a fidelização de amigos do museu e o desenho de campanhas de captação de novos públicos; e como indicador do grau de atracção do património cultural e do impacto da sua difusão-extensão na comunidade local. Também como uma oportunidade pedagógica aberta à criatividade e às suas múltiplas expressões para a formação da cidadania.