



UNIVERSIDADE DO ALGARVE

Públicos do Centro Português de Fotografia

Helena Maria Sequeira da Costa

Relatório de estágio

Mestrado de Turismo e Culturas Urbanas

Trabalho efetuado sob a orientação de:

Dr^a Ana Ferreira


Dr^a Cláudia Henriques

2013

Públicos do Centro Português de Fotografia

Declaração de autoria de trabalho

Declaro ser a autora deste trabalho, que é original e inédito. Autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referências incluída.



HELENA COSTA

Copyright

A Universidade do Algarve tem o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicitar este trabalho através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, de o divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

Resumo

Este relatório tem por objetivo descrever as atividades desenvolvidas durante o estágio associado ao 2º ano do mestrado em Turismo e Culturas Urbanas no Centro Português de Fotografia, sobretudo as relacionadas com o projeto de estudo de públicos desta instituição cultural. O trabalho inclui a descrição da instituição (o enquadramento jurídico-legal, a história, a organização interna e o modo de funcionamento e registo de entradas), identificando as áreas com as quais colaborei diretamente na instituição (a extensão cultural e educativa e a área das exposições). Apresenta-se ainda uma contextualização dos estudos de públicos, sublinhando o recente interesse e desenvolvimento deste tipo de investigações nas instituições culturais de Portugal, assim como no Centro Português de Fotografia e a sua importância para a definição de objetivos, para o planeamento das estratégias e para a implementação das medidas nas instituições culturais. Finaliza-se com uma análise ao projeto, nomeadamente aos resultados obtidos pelos questionários realizados e uma autoavaliação e apreciação crítica das restantes atividades realizadas (participação na montagem e desmontagem das exposições temporárias e nas reuniões com as chefias e realização de visitas guiadas ao edifício).

Abstract

This report has as a purpose to describe the activities developed during the training associated with the second year of the master's degree in "Turismo e Culturas Urbanas" in Centro Português de Fotografia, specially the ones related with the public studies project of this cultural institution. It includes the description of the institution (the legal framework, the history, the internal organization and the operating mode and the entries' registering), identifying the areas in which I participated directly (the cultural and educative area and the exhibitions area). It is also presented a context of the public studies, highlighting the recent interest and development of this type of investigations in the portuguese cultural institutions, as well as in Centro Português de Fotografia and their importance para to the definition of goals, strategies' planning and the application of the decisions in the cultural institutions. The report is finished with a project analysis, mainly an analysis of the results gathered with the questionnaires done and a self-evaluation and a critical reflection of the other activities

developed (involvement in the assembly and dismantling of the temporary exhibitions, in the meetings with the director and in the guided visits to the building).

Índice

1. Introdução	3
2. Centro Português de Fotografia: descrição da instituição.....	4
2.1. Constituição: enquadramento jurídico-legal.....	4
2.2. História	7
2.3. Organização interna.....	8
2.4. Atividades desenvolvidas no estágio.....	9
2.4.1. Extensão cultural e educativa	9
2.4.2. Exposições.....	12
2.4.3. Inquéritos.....	12
2.5. Modo de funcionamento e registo de entradas	13
3. Fundamentação técnico-científica dos inquéritos	14
3.1. Historial de estudos de público em Portugal	14
3.2. Estudo de públicos – definição e caracterização	15
3.3. Inquérito – estudos de públicos	20
3.4. Inquérito referente a uma possível entrada paga no Centro Português de Fotografia.....	23
4. Resultados dos inquéritos realizados	24
4.1. Resultados do inquérito inserido do projeto de estágio.....	24
4.1.1. Perfil.....	25
4.1.2. Avaliação das condições de visita.....	39
4.1.3. Sugestões sobre o Centro Português de Fotografia e as exposições patentes	45
4.2. Resultados do inquérito sobre entrada paga no Centro Português de Fotografia.....	47
5. Conclusão.....	49
6. Autoavaliação e apreciação crítica.....	50
7. Bibliografia	54

1. Introdução

O presente estudo tem como objetivo geral contribuir para o conhecimento dos públicos de uma instituição cultural em Portugal, mais concretamente, do arquivo de fotografia e centro de exposições, “Centro Português de Fotografia”.

As dimensões da análise remetem para as questões relativas à procura deste equipamento, nomeadamente, o perfil sociodemográfico dos visitantes, as práticas e hábitos culturais dos visitantes no que concerne a frequência do CPF (Centro Português de Fotografia) e a avaliação das valências, exposições temporárias e a atratividade desta mesma instituição.

No historial do CPF, este estudo é um dos primeiros projetos na área de estudos de públicos e espera-se com ele, fornecer informação vital sobre os visitantes e melhorar a qualidade do serviço prestado a esta instituição, com a identificação de medidas necessárias para implementar um serviço mais eficiente e que vá ao encontro às necessidades dos visitantes.

Foram adotadas duas estratégias de recolha de informação: uma consulta extensiva a fontes documentais e bibliográficas sobre estudos de públicos (definição, caracterização) e o seu historial em Portugal e na instituição sobre a qual versou este e a realização de um inquérito por questionário escrito (aplicado em português, inglês, espanhol e francês), destinado a ser preenchido por visitantes com mais de 15 anos, no momento do preenchimento a visitar o CPF sozinho ou acompanhado.

A estrutura expositiva do estudo está dividida em seis capítulos: no primeiro faz-se uma breve introdução ao trabalho desenvolvido, no segundo a descrição da instituição (o enquadramento jurídico-legal, a história, a organização interna e o modo de funcionamento e registo de entradas) e no terceiro desenvolve-se a fundamentação técnico-científica dos dois inquéritos realizados no decorrer do estágio. No quarto e quinto capítulos analisam-se os resultados dos inquéritos aplicados no CPF devidamente contextualizados pela enunciação dos objetivos, da metodologia utilizada e variáveis estudadas e a sua respetiva interpretação.

No sexto capítulo, o último do relatório faz-se uma avaliação e apreciação crítica do trabalho desenvolvido ao longo do estágio.

2. Centro Português de Fotografia: descrição da instituição

2.1. Constituição: enquadramento jurídico-legal

O CPF foi criado em 1996 na sequência do parecer do Grupo de trabalho estruturado pelo ministro Manuel Maria Carrilho, pelo Ministério da Cultura, pelo Decreto-Lei n.º 160/97, publicado no Diário da República de 25 de junho de 1997 (CPF, 2012), visando assegurar uma política nacional para a fotografia (Silva, 2003/2004:22).

Foi criado tendo “como objetivo garantir aos cidadãos condições para o conhecimento, utilização e fruição do seu património fotográfico e, ao mesmo tempo, implementar uma apreciação crítica desse tipo de produção, bem como assegurar a transmissão da produção cultural da sociedade contemporânea”, sendo-lhe ainda atribuída “a responsabilidade de apoiar os produtores fotográficos contemporâneos, de manter, atualizar e rentabilizar os espólios históricos, de fazer circular as coleções, de promover ou cooperar em mostrar fotográficas nacionais ou internacionais, de formar e de investigar no campo da fotografia” (Silva, 2003/2004:22).

Ainda de acordo com o preâmbulo do Decreto-Lei 160/97 de 25 de Junho, passa a competir ao CPF a “projeção da imagem da cultura fotográfica portuguesa, histórica e contemporânea no território nacional, estabelecendo protocolos com organismos autárquicos, associativos ou outras instituições, e, bem assim, no estrangeiro, integrando-a nos circuitos de produção internacional, rentabilizando a presença de produtores portugueses em realizações internacionais, resultantes de acordos e protocolos firmados” (Silva, 2003/2004:22).

Só em 2001 seria ocupado por inteiro o edifício, em consequência do restauro e adaptação à sua nova função pela equipa de arquitetos Eduardo Souto Moura e Humberto Vieira, sendo até essa altura utilizados somente as salas de exposição do rés-do-chão (CPF, 2012).

A resolução do Conselho de Ministros n.º 124/2005, de 4 de Agosto, na qual o Governo consagra como um dos seus objetivos reorganizar a Administração Central para promover economias de gastos e ganhos de eficiência pela simplificação e racionalização de estruturas, pretendendo-se uma política de modernização da Administração Pública ajustada aos recursos financeiros do País e de melhoramento da qualidade do serviço a prestar a cidadãos, empresas e comunidades, por via da descentralização, desconcentração, fusão ou extinção de serviços.

No quadro das orientações definidas pelo Programa de Reestruturação da Administração Central do Estado (PRACE), foi extinto o CPF por fusão com o Instituto dos Arquivos Nacionais/Torre do Tombo, decisão da qual resultou a Direção-Geral de Arquivos, com sede em Lisboa, que passou a tutelar esta instituição (CPF, 2012).

O CPF ressurgiu em 2007 como unidade orgânica com a natureza de direção de serviços, com a aprovação do Decreto-Lei nº 93/2007, “de 28 de março, onde se lê que com a entrada em vigor da nova orgânica do Ministério da Cultura é criada a Direção Geral de Arquivos (DGARQ), a qual integra as atribuições até aqui cometidas ao Instituto dos Arquivos Nacionais/Torre do Tombo (IAN/TT) e ao CPF, os quais são extintos sendo objeto de fusão, mantendo, todavia, as respetivas identidades. À nova Direção- Geral apenas não serão cometidas as competências relativas ao apoio e à difusão da criação fotográfica, até aqui prosseguidas pelo CPF, as quais são integradas na Direção-Geral das Artes” (Presidência do Conselho de Ministros, 2007).

Este decreto-lei revoga, através do seu Artigo 12º, o Decreto-Lei nº 160/97, de 25 de Junho. A Portaria nº 372/2007, publicada no dia seguinte ao do Decreto-Lei nº 93/2007, determina a estrutura nuclear dos serviços e as competências das unidades orgânicas da Direção-Geral dos Arquivos, incluindo as do CPF.

Recentemente, no âmbito do PREMAC (Plano de Redução e Melhoria da Administração Central), o CPF foi alvo de mais uma reestruturação, tendo sido estabelecida a orgânica da nova Direção-Geral do Livro, dos Arquivos e das Bibliotecas (Decreto-Lei nº 103/2012), da qual passou a fazer parte o CPF como unidade orgânica nuclear, mantendo-se essencialmente as competências a este atribuídas pela Portaria nº 372/2007 (CPF, 2012).

As atuais competências do CPF são por isso:

-Promover a salvaguarda e valorização do património fotográfico, garantindo a aplicação de diretivas técnicas, apoiando as entidades detentoras, públicas e privadas, e incentivando o crescente acesso aos espólios;

-Assegurar os procedimentos e formalidades necessários à proteção legal do património fotográfico;

- Elaborar normas e orientações técnicas para o tratamento de arquivos fotográficos;
- Proceder ao tratamento arquivístico de todas as espécies, coleções e espólios fotográficos classificados ou em vias de classificação como integrando o património nacional à sua guarda e elaborar os respetivos instrumentos de descrição e pesquisa, de acordo com as orientações da DGARQ;
- Colaborar com os serviços centrais da DGARQ na promoção da qualidade dos arquivos fotográficos, incentivando e apoiando as instituições a que pertencem ou de que dependem na implantação de sistemas de gestão, garantindo a aplicação de diretivas técnicas e incentivando o crescente acesso aos espólios;
- Promover o acesso aos arquivos fotográficos de que é depositário, implementando sistemas de descrição, pesquisa e acesso aos documentos, de acordo com as orientações da DGARQ;
- Assegurar a gestão da Coleção Nacional de Fotografia;
- Garantir o cumprimento da legislação sobre comunicabilidade e sobre proteção de dados, bem como dos direitos de autor e conexos, no acesso à documentação de que é depositário;
- Promover o conhecimento e a fruição do património fotográfico de que é depositário;
- Proceder ao levantamento e diagnóstico do estado físico da documentação de que é depositário e assegurar a implementação das políticas de preservação e conservação definidas pela DGARQ (CPF, 2012:3).

Como visão, o CPF tem o estabelecimento de um centro arquivístico de excelência e um compromisso com o desenvolvimento continuado de técnicas de tratamento, preservação, conservação e difusão do património fotográfico, direcionado para os diferentes tipos de públicos, de forma a atingir um nível de referência nacional e internacional (CPF, 2012).

Os valores do CPF são: a inovação, acreditando que inovar é a chave para captação de novos públicos; o trabalho de equipa, acreditando que este é a base para o sucesso; a qualidade, fator para a satisfação dos nossos clientes e a acessibilidade à informação fotográfica, objetivo principal do seu serviço (CPF, 2012).

Tem sede no edifício da Ex-Cadeia e Tribunal da Relação do Porto, desafetado em 29 de abril de 1975 (CPF, 2012).

2.2. História

O edifício onde se encontra instalado o CPF começou a ser construído em 1767, sensivelmente no mesmo lugar onde, no início do século XVII se tinham erguido as primeiras instalações para a Relação e Casa do Porto, sendo por isso o edifício conhecido como a “Cadeia da Relação”, uma vez que agregava no mesmo edifício o Tribunal e a Cadeia da Relação.(CPF, 2012)

A ocupação dupla como tribunal e cadeia, efetiva desde 1791, prolonga-se durante 200 anos, embora o tribunal saia frequentemente para outras instalações provisoriamente, e pela última vez e definitivamente, em 1937.

Esta convivência no mesmo edifício de um duplo uso desenvolveu ao longo dos anos e das necessidades um intercâmbio de espaços destinados previamente para as duas instituições, no entanto as áreas de detenção distribuíam-se ao nível do rés do chão, nas enxovias de St^a Teresa, de St^o António, de S. Vitor, de St^a Rita, do Sr. de Matosinhos e de St^a Ana; no segundo piso, nos salões N. S^a do Carmo e de S. José e a saleta das mulheres, e no último piso os quartos de Malta, onde se localizavam as celas para “pessoas de condição” que se encerravam apenas durante a noite assim como as enfermarias (CPF, 2012).

Já os departamentos do Tribunal ocupam as duas grandes salas que têm janelas para S. Bento, no primeiro piso e no segundo, a sala do Tribunal (Serén, 2006:31).

Ao longo do seu funcionamento como tribunal e cadeia, as funções de todos os compartimentos, incluindo os espaços abertos foram-se alterando. Embora com uma fachada imponente, um dos problemas do edifício foi sempre a falta de espaço, que se ia agravando com as sucessivas alterações à perceção dos direitos do homem e dos presos que vão exigindo celas por género e por idade e enfermarias por género, oficinas de trabalho e outros melhoramentos, que nem sempre eram exequíveis. Alguns elementos arquitetónicos como as clarabóias existentes em vários pontos do edifício como a sala do Tribunal, a Casa de Malta, entre outros foram-se degradando, tornando-se um fator de ruína de todo o edifício, e

juntamente com o problema do saneamento do edifício, foram tornando o edifício cada vez mais inadequado para os usos a que tinha sido destinado desde o início (Serén, 2006:41).

Assim em Abril de 1974, o edifício foi desativado por razões de segurança, sendo os presos transferidos para o Estabelecimento Prisional em Custóias, ainda em construção e a partir de 1987, o edifício, cedido pela Direção Geral do Património do Estado ao IPPC sofreu um conjunto de intervenções para sustentar o seu estado de degradação (CPF, 2012).

A última intervenção data de 2000 da autoria dos arquitetos Eduardo Souto Moura e Humberto Vieira com o objetivo da adaptação à sua nova funcionalidade como CPF (CPF, 2012). Atualmente o edifício da “Cadeia da Relação” é ocupado integralmente pelo CPF.

2.3. Organização interna

O CPF apesar de ser um serviço indivisível, é multifacetado, com uma estrutura hierárquica cuja figura central é o director de serviço, atualmente o Drº Bernardino Castro, ao qual cabe a responsabilidade de coordenação, supervisão e acompanhamento direto das atividades em curso (CPF, 2011:7).

A área de recursos humanos, contabilidade e tesouraria, património e aprisionamento, expediente administrativo, arquivo e economato e a área de atendimento telefónico têm como função em comum o apoio ao planeamento e administração do CPF (CPF, 2011:7).

A “gestão e manutenção de infraestruturas e de sistemas operacionais” é da responsabilidade exclusiva da área informática, enquanto a organização, descrição e gestão da documentação arquivística é da área de tratamento técnico (CPF, 2011:7/8).

À área de conservação e restauro compete a “preservação e conservação do património arquivístico e fotográfico” e a “promoção da fruição, comunicação e acesso ao património arquivístico e fotográfico e transferência de suportes conexas” à área da unidade informativa/biblioteca Pedro Miguel Frade, à área de digitalização e reprodução, à área das exposições, à área da extensão cultural e educativa, à área de comunicação, imagem e divulgação e à área da loja (CPF, 2011:8).

Abaixo, apresenta-se uma relação entre os diversos setores e os colaboradores responsáveis por estas.



Gráfico 2.1 - Organograma funcional dos departamentos e respetivo pessoal do Centro Português de Fotografia

Fonte: CPF, 2013

O orçamento inicial que foi reservado para o Centro Português de Fotografia em 2011 foi de 681 354 euros, tendo sido o orçamento final e corrigido 634 993 euros. A execução orçamental do Centro Português de Fotografia em 2011 foi de € 99,20 % (CPF, 2011:211).

2.4. Atividades desenvolvidas no estágio

2.4.1. Extensão cultural e educativa

Neste setor realizei visitas orientadas ao edifício, com a duração de uma hora e meia (máximo).

As visitas guiadas estão sujeitas a marcação com uma semana de antecedência em relação à data pretendida e confirmação por parte da instituição (CPF, 2012).

Durante uma formação interna providenciada aos estagiários e voluntários que iriam realizar a função de guia foi-me providenciado o percurso e os conteúdos associados a este abaixo descritos. No entanto consoante as necessidades, o número dos integrantes do grupo e outras condicionantes como a presença de mais de uma visita em simultâneo, este foi adaptado.

Duração	Espaço	Conteúdos abordados
10 minutos	Pátio dos presos	<ul style="list-style-type: none"> • Data de início e fim da construção do edifício • História do edifício • Função do edifício • Condições de habitabilidade das enxovias (nome dado às celas do 1º piso) • Acesso às enxovias • Função atual das enxovias e exposição temporária patente no período em que a visita é feita
10 minutos	Sala Aurélio da Paz dos Reis	<ul style="list-style-type: none"> • Biografia sucinta de Aurélio da Paz dos Reis • Prévias e atuais funções da sala • Elementos arquitetónicos da sala • Exposição temporária patente no período em que a visita é feita
10 minutos	Átrio da sala do tribunal/Sala do tribunal	<ul style="list-style-type: none"> • Elementos arquitetónicos • Função da sala • Capela pretencente ao Tribunal da Relação
5 minutos	Espaço próximo da biblioteca	<ul style="list-style-type: none"> • Postal de Ano Novo da autoria de Aurélio da Paz dos Reis • Máquina fotográfica,

		<p>anteriormente pertencente a Domingos Alvão</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documento do mês
10 minutos	Espaço próximo dos salões, no 2º piso	<ul style="list-style-type: none"> • Condições de habitabilidade dos salões (nome dado às celas do 2º piso) • Capela pertencente à Prisão da Relação • Posto antropométrico da Prisão da Relação • Exposição temporária patente no período em que a visita é feita
10 minutos	Núcleo museológico António Pedro Vincente	<ul style="list-style-type: none"> • Modo como foi adquirida a coleção das câmaras fotográficas • Condições de habitabilidade e privilégios dos quais os prisioneiros dos quartos de Malta (nome dado às celas do 3º piso) usufruíam • Camilo Castelo Branco e a razão da sua estadia na prisão • Organização do núcleo António Pedro Vincente

Tabela 2.2 - Organização de uma visita guiada e conteúdos abordados

Fonte: Elaboração própria com base no documento distribuído na formação de guias feita pelo CPF

Ainda em relação à tabela 1, foi minha preocupação, durante a visita guiada, dar informação adicional sobre as figuras históricas associadas ao edifício, quer pelo seu contributo para a evolução da técnica e tecnologia fotográfica em Portugal, ou por terem por algum motivo permanecido algum período de tempo na prisão da relação.

Entre estas, inclui-se presos como Camilo Castelo Branco, escritor que em 1861 em virtude do seu romance com Ana Plácido, foi levado para esta mesma prisão (vide anexo 16) e a própria Ana Plácido (vide anexo 16) e presos políticos como Aurélio da Paz dos Reis, fotógrafo semi-amador (vide anexo 16), o Duque de Terceira (vide anexo 16) e João Chagas (vide anexo 16). Outros prisioneiros como Urbino de Freitas, preso pelo assassinio de um membro da sua família (vide anexo 16), Alves dos Reis, um dos maiores falsificadores de notas portuguesas (vide anexo 16) e José do Telhado, chefe de um grupo de bandoleiros (vide anexo 16) registaram uma grande variedade de crimes pelos quais foram condenados e cumpriram a pena na prisão da Relação (Serén, 2006: 115-123).

2.4.2. Exposições

Este setor é o responsável pela dinamização dos espaços expositivos com a organização e produção de exposições próprias e, ou com outras entidades; pela circulação de coleções e pela intervenção ou cooperação em mostras fotográficas nacionais ou internacionais (CPF, 2011:8).

Neste setor apoiei a montagem e desmontagem de exposições, fases do desenvolvimento de uma exposição.

Neste processo estão envolvidos o setor de exposições, de conservação e restauro e a área de comunicação, imagem e divulgação e tem como fases: planeamento, montagem e desmontagem (vide anexo 10).

Durante a duração do estágio, acompanhei e apoiei a montagem e desmontagem das exposições temporárias: “Paris Polaroid”, “Ponto Vernal”, “Català-Roca”, “Poeta de reportagem: Ryszard Kapuscinski”, “12.12.12”, “Porto Sentido”, “Windows watchers” e “Mistério das Cousas”.

2.4.3. Inquéritos

A entidade acolhedora do estágio sugeriu que fosse elaborado um questionário com o seguinte objetivo geral: averiguar a adesão dos visitantes do Centro Português de Fotografia a uma possível entrada paga neste espaço.

Foi feito presencialmente e administrado pela investigadora à entrada do Centro Português de Fotografia, nos dias 10 e 11 de Janeiro de 2012 e abrangeu uma população de 161 visitantes, tendo sido feitos 84 inquéritos no terreno.

No entanto, o inquérito que constituía o projeto de estágio tinha como objetivo geral: fazer um levantamento pormenorizado dos públicos que frequentam este equipamento cultural.

Como objetivos específicos do Projeto constavam:

- descobrir as razões pelas quais o público frequenta o Centro Português de Fotografia,
- perceber como o público faz a decisão de frequentar o Centro Português de Fotografia
- apreender as influências internas ou externas do público que frequenta o Centro Português de Fotografia
- caraterizar os perfis socioculturais dos públicos do Centro Português de Fotografia e avaliar as suas modalidades de frequência
- determinar a área de atração do Centro Português de Fotografia e apurar a opinião dos visitantes relativamente à instituição e às suas atividades.

2.5. Modo de funcionamento e registo de entradas

O Centro Português de Fotografia apresenta um modo de funcionamento permanente ao longo do ano, encerrando apenas no dia 1 de Janeiro, na Sexta-feira santa, no 1 de Maio e em 25 de Dezembro.

Cada secção tem um horário diferenciado, estando aberto o centro de exposições de Terça a Sexta-feira, das 10h00 às 12h30 e da parte da tarde das 15h00 às 18h30. Já aos Sábados e Domingos está aberto das 15h00 às 19h00.

A loja encontra-se aberta, funcionando de Terça a Sexta, das 10h00 ao 12h00 e das 14h30 às 17h00, encerrando durante o fim-de-semana. A unidade informativa/biblioteca Pedro Miguel Frade está aberta de Segunda a Sexta, das 9h30 às 12h30 e da parte da tarde das 14h30 às 17h30, sendo o horário dos serviços muito similar, com a única diferença de começar a funcionar meia hora mais cedo.

Não existe cobrança de entrada nesta instituição, registando-se contudo as visitas realizadas ao edifício.

3. Fundamentação técnico-científica dos inquéritos

3.1. Historial de estudos de público em Portugal

No âmbito do estágio, e seus objetivos, constava a necessidade de auscultar a opinião dos visitantes relativamente às valências e condições de funcionamento do Centro Português de Fotografia.

Considerando a importância que o estudo de públicos tem, como é relevada na revisão bibliográfica, e a sua importância para todas as decisões relativas à instituição, desde o Marketing até às horas de abertura, a ausência deste tipo de estudos relativamente ao Centro Português de Fotografia foi por isso a principal motivação para a escolha deste tema como fio condutor do meu estágio nesta instituição.

Em Portugal há já uma tradição importante no domínio das práticas culturais e dos estudos sobre públicos específicos, no entanto pesam a ausência de sistematicidade e regularidade na sua realização e a ausência de um estudo à escala nacional sobre as práticas culturais dos portugueses (Santos, 2008: 39).

Os estudos de visitantes no nosso país são ainda uma dimensão raramente abordada, escasseando estudos sobre os públicos de museus em Portugal (Santos e Neves, 2005: 17 in Senha, 2010:16). Existindo a partir dos anos 90 alguns estudos relacionados com os consumos em Portugal, os estudos especificamente relacionados com museus são praticamente inexistentes (Neves, 2004 in Senha, 2010:18), sobretudo estudos sobre os não-visitantes ou visitantes potenciais (Senha, 2010:18).

Em Portugal, o Observatório das Atividades Culturais (OAC) tem promovido e publicado estudos de públicos e outras investigações relacionadas com as práticas culturais, nomeadamente o estudo sobre os públicos do Porto Capital Europeia da Cultural, desenvolvido com o propósito principal de caracterizar os seus frequentadores e o estudo *Públicos do Festival de Almada*, outro estudo de públicos elaborado pela OAC (Oliveira,

2010:106), o estudo sobre os públicos do Festival de Almada, do Teatro S. João e um conjunto de estudos sobre públicos de bibliotecas realizados também no quadro do OAC (Costa, 2004:122).

A sociologia em Portugal tem também vindo a desenvolver um conjunto muito significativo de estudos e investigações sobre públicos da cultura, nomeadamente os estudos fundadores de Idalina Conde sobre o “sentido de desentendimento” dos públicos locais nas primeiras Bienais de Cerveira, ou sobre “perceção estética e públicos da cultura”, realizados respetivamente em 1987 e 1992, os inquéritos sobre hábitos de leitura dos portugueses, de Eduardo de Freitas e Maria de Lourdes Lima dos Santos em 1991 e 1992, o inquérito às práticas culturais dos lisboetas, coordenado por José Machado Pais em 1994, e finalmente o inquérito às práticas e representações das culturas na Área Metropolitana do Porto, realizado por Augusto Santos Silvas e Helena Santos em 1995 (Costa, 2004:123).

Tem se desenvolvido sistemas de registo de entradas em equipamentos e instituições segundo normativas públicas, destacando-se neste campo o caso dos museus pertencentes à rede portuguesa, estando a segmentação a que esses dados obedecem está longe de se ajustar a um conhecimento, ainda que genérico, dos visitantes, uma vez que não se recenseiam informações como a origem geográfica específica, os intervalos etários e os estatutos socioprofissionais ou os objetivos da visita (Santos, 2008: 39).

Recentemente, alguns equipamentos culturais portugueses têm desenvolvido estudos de públicos, nomeadamente o museu de São Roque, em colaboração com a Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, no contexto do estágio de Ana Patrícia dos Santos Santana(Santana, 2010:2) nessa mesma instituição; a Fundação Calouste Gulbenkian, com o tema “Museus e o Público Sénior em Portugal”, disponível online desde Março de 2013 (Fundação Calouste Gulbenkian, 2013) e finalmente a Fundação de Serralves, cujo estudo começou a ser desenvolvido desde o final de 2011 e que abrangeu mais de dois mil inquiridos (Público, 2013).

3.2. Estudo de públicos – definição e caracterização

“Estudos de públicos” é um termo generalizado para descrever um conjunto de diferentes formas de pesquisa e avaliação, envolvendo museus e os seus visitantes virtuais, potenciais,

atuais que podem denominadas coletivamente a “audiência” da instituição e abrangendo desejos, perspectiva e experiência de ambientes acadêmicos e profissionais (Hooper-Greenhill, 2006:374).

Neil Kotler e Philip Kotler definem este termo como o desenho, compilação, análise e notificação sistemática de dados e conclusões pertinentes para conhecer os consumidores de uma organização (Kotler e Kotler, 2001 in Senha, 2010:15), indo na linha da AAM (Associação Americana de Museus) que define estudos de público como “o processo de obtenção de conhecimento sistemático de e sobre os visitantes de museus, atuais e potenciais, com o propósito de aumentar e utilizar esse conhecimento na planificação e execução de Atividades relacionadas com o público” (Antequera, 2011:51).

Os estudos de públicos podem também ser definidos em função das suas principais características:

Inclusão dos visitantes como fonte de informação para desenvolver exposições e programas;
Abrange um campo crescente de conhecimento empírico sobre os visitantes e sobre como desenvolver exposições e centros de interpretação para que tenham o impacto desejado nos visitantes, advindo de estudos de investigação e de Projetos de avaliação;
A metodologia na sua maior parte derivada das ciências sociais: os métodos foram desenvolvidos por disciplinas como psicologia, sociologia, antropologia, no entanto a sua aplicação requer um conhecimento da área específica.

Tabela 3.1 - Principais características dos estudos de públicos

Fonte: Adaptado de Santos, 2000:64

Algumas das denominações alternativas são avaliação, pesquisa de visitantes, comportamento do visitante, desenvolvimento da audiência, estudos de audiência (Hooper-Greenhill, 2006:363) e abrangem diferentes tipos de estudos feitos por diferentes entidades, para diferentes propósitos e usando diferentes paradigmas de pesquisa (Hooper-Greenhill, 2006:365).

Este tipo de estudos adveio da necessidade dos profissionais do setor museológico de encontrar respostas para as suas questões sobre o público, exposições e programas e foca-se nas experiências, atitudes e opiniões das pessoas em e sobre museus e instituições com uma

componente museológica de todos os tipos e podem assumir outras denominações, conforme o investigador (Hooper-Greenhill, 2006:363).

Englobam áreas de trabalho e investigação sobre temas muito diversos, como marketing, elaboração de exposições, utilização de espaços, sinalização, etc. e variáveis muito diversificadas como atitudes, aprendizagem, estilos de lazer, orientação espacial, percepção ou variáveis demográficas e pode versar-se sobre espaços relacionados mas por vezes bastante díspares: museus, jardins zoológicos, galerias de arte, parques naturais, centros de interpretação, aquários (Santos, 2000:165).

As metodologias passíveis de serem utilizadas são também bastante diversas, podendo se utilizar por técnicas de observação, de autopreenchimento, de testes ou técnicas subjetivas assim como as bases teóricas de apoio para os estudos de visitantes podem provir das áreas de estudo mais heterogêneas, desde a psicologia, passando pela sociologia, antropologia, museologia e até arquitetura, entre outras (Santos, s.d:165).

São importantes para perceber como se comunica (Coffee, 2007:3), frequentemente descrevendo audiências existentes, como melhorar o marketing para estas audiências (Coffee, 2007:4) e para se perceber as necessidades dentro desta categoria genérica, dos utilizadores e visitantes de equipamentos do setor cultural (Economou, 2004:30).

Perceber as atitudes, conhecimentos e intenções da audiência é muito importante para desenvolver todos os modos de comunicação, podendo providenciar os estudos de visitantes esta informação (Coffee, 2007:8) assim como um conhecimento básico de padrões de visita e a identificação de tipos de utilizadores do museu podem ser tidos em conta como uma informação essencial para a gestão (Hooper-Greenhill, 2006:368).

O estudo da interação dos visitantes uns com os outros e com as exposições e do seu uso das ferramentas interpretativas do museu pode também revelar a forma como os museus comunicam e qual o uso pelas audiências destes espaços e os padrões das práticas sociais que dentro deles ocorrem (Coffee, 2007:10).

Este tipo de estudos permite ainda que o pessoal do museu investigue formas gerais de interações, como o diálogo entre pai e filho, entre professor e pupilo, ou entre visitantes mais

experientes e menos experientes, sendo uma componente do processo dialético fruto da interação da comunicação do museu e do uso pela audiência do museu que resulta nas práticas sociais de aculturação e aprendizagem, podendo desta forma permitir que se crie e implemente exposições e programas que integrem mais estas práticas sociais (Coffee, 2007:11).

Os estudos de visitantes podem ser também uma ferramenta útil (Reussner, 2010:4), recolhendo informação fiável sobre os visitantes do museu de uma forma sistemática e providenciando elementos necessários para a definição de objetivos, para o planeamento das estratégias e para a implementação das medidas, isto é, constituindo um meio de análise e controlo estratégico (Reussner, 2010:11) ao mesmo tempo que pode também assumir um papel relevante nos contactos com potenciais patrocinadores, empresas ou outras entidades, que normalmente pedem dados fiáveis de visitantes como um requisito indispensável para o seu apoio (Kotler e Kotler, 2001:190 in Senha, 2010:15).

Podem, numa conjuntura de forte contenção orçamental, constituir uma fonte de receitas ou mesmo de aprendizagem organizacional (Câmara, 2010:150). Os estudos de visitantes também podem para museus orientados para o público contribuir para a análise da organização ao fornecer informação sobre os seus visitantes e potenciais visitantes, uma vez que esta é relevante para analisar o seu ambiente interno (Reussner, 2010:12) e para a identificação de medidas a implementar, de forma a melhorar o serviço prestado da perspectiva dos visitantes, nem sempre representando grandes custos materiais ou alterações aos modos de funcionamento habituais (Santos e Neves, 2005:15).

No seguimento desta ideia do estudo de visitantes como contributo para a função de gestão das instituições museológicas, Neil e Philip Kotler defendem que através da investigação de públicos e as conclusões obtidas como resultado desta, pode-se eventualmente partir para uma estratégia de marketing direto, definindo segmentos de públicos preferenciais e permitindo ao equipamento desenhar uma imagem e um conjunto de ofertas que resultem em mais atrativos para o seu público-alvo, do qual vai resultar uma vantagem do equipamento sobre os seus competidores (Kotler e Kotler, 2001:179 in Senha, 2010:15).

Muitas investigações são conduzidas com a intenção específica de averiguar as atitudes e conhecimentos que os visitantes possam ter sob temas específicos, mas não necessariamente como estas atitudes se formaram (Coffee, 2007:3), podendo contudo estas investigações socioculturais ter o potencial de diversificar as formas como os museus são usados (Coffee, 2007:4).

Pode-se citar como exemplo dessas investigações que se podem considerar parte da análise e captação de público, uma das cinco grandes áreas de investigação e aplicação dos estudos de visitantes entre as quais se encontram também: o desenho e desenvolvimento de exposições, o desenho e desenvolvimento de programas de Atividades e o desenho de serviços genéricos e de serviços de atendimento ao visitante e (Santos, s.d:165-166), os exercícios de pesquisa de mercado.

Os mais comuns são os questionários aos visitantes que permitem aos museus definir que grupos estão ausentes ou insuficientemente representados (Silva,2003/2004:17).

Os questionários são particularmente adequados para grandes amostras (por exemplo, perfis demográficos de públicos de museus), para avaliações *front-end* de ideias gerais entre uma população geral, ou para determinar as preferências que os visitantes tenham por certas atividades de lazer (Silva,2003/2004:17).

No decurso do estágio, como já foi referido anteriormente foram realizados dois inquéritos: um planeado previamente no projeto e um outro proposto durante o decorrer do estágio pelo supervisor na instituição e diretor da mesma, o Drº Bernardino Castro.

Antes de mais, será importante referir que no Centro Português de Fotografia, não há um histórico significativo de estudos de públicos, ressaltando-se um questionário desenvolvido pela Drª Sónia Silva, no âmbito do seu estágio profissionalizante, desenvolvido no ano letivo de 2003/04 no decorrer do curso de pós-graduação em Museologia do departamento de Ciências e Técnicas do Património, da faculdade de Letras do Porto (Silva,2003/2004:40) e mais recentemente, em Março de 2012, um estudo do impacto da implementação de um bilhete de ingresso de valor simbólico neste organismo, realizado por Maria Luísa Azevedo, técnica na área da comunicação e divulgação, no contexto da disciplina de “Metodologias da Investigação” do mestrado em Gestão, que atualmente está a frequentar na Universidade

Portugalense e que teve um aprofundamento posterior, no qual foi incluída uma parte operacional, neste caso a implementação do mesmo.

Outro estudo recente, que se pode integrar na área do estudo de públicos está inserido num plano de Marketing low-cost para o Centro Português de Fotografia, desenvolvido por Sara de Matos Vieira Cardoso, no contexto do mestrado em Marketing da Faculdade de Economia e Gestão da Universidade Católica do Porto, que analisou a notoriedade do Centro Português de Fotografia e que se realizou em quatro zonas diferentes da cidade do Porto: a baixa do Porto, Cedofeita, Foz do Douro e Gondomar (Cardoso, 2013).

Tendo disponibilizado 140 questionários em Português e 65 em Inglês durante os meses de Maio e Setembro de 2004 para os visitantes do CPF que os desejassem preencher, 117 dos questionários em português (84% no total) e 53 dos questionários em inglês (82% no total) foram completados e entregues, tendo 16% dos em português e 18% em inglês sido extraviados pelos visitantes (Silva, 2003/2004:40-41).

Com a exceção deste inquérito, somente se contabiliza o número dos visitantes, para fins estatísticos (Silva, 2003/2004:40). Havia pois, uma necessidade permente de se realizar um estudo dos públicos do museu de forma a adequar-se a estratégia de divulgação feita pelo Centro Português de Fotografia ao perfil de público determinado através da realização do inquérito.

3.3. Inquérito – estudos de públicos

Assim sendo, a entidade acolhedora do estágio sugeriu que fosse elaborado um questionário com o seguinte objetivo geral: fazer um levantamento pormenorizado dos públicos que frequentam este equipamento cultural.

Os objetivos específicos do Projeto eram: descobrir as razões pelas quais o público frequenta o Centro Português de Fotografia, perceber como o público faz a decisão de frequentar o Centro Português de Fotografia e apreender as influências internas ou externas do público que frequenta o Centro Português de Fotografia, caracterizar os perfis socioculturais dos públicos do Centro Português de Fotografia e avaliar as suas modalidades de frequência, determinar a área de atração do Centro Português de Fotografia e apurar a opinião dos visitantes relativamente à instituição e às suas atividades.

Neste contexto, foi minha preocupação iniciar a elaboração do questionário, a qual segundo os autores Ghiglione e Matalon (1993) deve passar por duas fases: a de seleção de conteúdos e sua tradução em questões devidamente formuladas. O fato leva a contemplar a temática do conteúdo e a da forma.

O estudo foi predominantemente quantitativo, na ótica de constituir a base para uma abordagem estruturada para o estudo dos visitantes do Centro Português de Fotografia, nomeadamente, a sua origem geográfica, os seus acompanhantes e a frequência e os meios com os quais se deslocam para visitar este espaço. Estes dados são relevantes para se construir o conhecimento sobre a natureza e tendências dos visitantes (Silva,2003/2004:17).

No entanto, os dados demográficos obtidos também serviram para enquadrar as palavras e as opiniões de quem respondeu (Oliveira, 2010:110), uma vez que também é importante obter uma noção qualitativa de quem o público é, do que eles querem e antecipar as suas necessidades, podendo assim não só dar-lhes o que eles querem mas também o que eles podem querer (Harnoncourt, 1991:35).

Neste questionário, ao abordar-se também o nível de satisfação dos visitantes com as diversas valências do Centro Português de Fotografia, procurou-se obter um conjunto de dados diversificados, entre os quais se podem incluir os demográficos, que poderão oferecer orientações aos gestores desta instituição para o desenho de políticas e programas (Housen,1987:11).

Estruturaram-se neste sentido dezassete questões que pretendiam recolher informação que correspondesse aos objetivos definidos, todas elas fechadas, nas quais se apresentava uma lista pré-estabelecida de respostas, das quais o visitante escolhia a opção que melhor correspondesse com a resposta que queria dar (Ghiglione, R., Matalon, B., 2001:114).

Em todas elas foi introduzida uma alínea que permitia uma resposta aberta, com a exceção da questão 6. O tipo de resposta variava consoante as questões: da questão 1 à 5 era utilizado o formato lista, com uma única opção de resposta válida, situação idêntica para as questões 7-17.

A questão 6 utilizava uma escala de Likert (Agradou muito, Agradou razoavelmente, Agradou pouco, Não lhe agradou e Não sabe/Não se aplica).

O formulário foi estruturado, após uma curta fase de pré-teste, tendo sido dividido em quatro blocos temáticos: o primeiro, referente à recorrência da visita ao Centro Português de Fotografia, o segundo, à modalidade desta, o terceiro versava sobre a avaliação dos visitantes das valências da instituição e o último sobre as características sociodemográficas dos visitantes.

Esta estrutura foi adaptada de uma utilizada por Susana Simplício, no seu estudo “Públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado” feito em Setembro de 2010. Os intervalos utilizados para delimitar as idades dos visitantes (17 ou mais novos, 18-35, 36-59 e 60 ou mais velhos) foram igualmente utilizados no estudo feito para o posto de turismo do Arizona de 2008 a 2009 pelo Centro de Recursos e Pesquisa de Hospitalidade do Arizona, integrante da Faculdade de Gestão W. A. Franke, da Universidade do Norte do Arizona (Universidade do Norte do Arizona, 2009:1).

A colocação das perguntas pessoais no final teve como justificação, a existência de uma relação de confiança entre o entrevistador e o inquirido estabelecida no momento da colocação destas questões, que os visitantes poderiam interpretar como inoportunas (Veal, 2006:267), situação que aconteceu em alguns casos.

O inquérito por questionário (vide anexo nº1/2/3/4) traduz a versão final do mesmo, após alguns aperfeiçoamentos advindos de um questionário pré-teste, nomeadamente a adição de alíneas nas perguntas “Que meio de transporte utilizou, hoje, para se deslocar ao museu?”, “Através de que meio(s) teve conhecimento da sua existência?” e “Quais foram as principais razões que o/a levaram a decidir vir hoje ao Centro Português de Fotografia?”

Esta alteração deveu-se a uma elevada incidência de respostas alternativas às pré-existentes no questionário, nomeadamente na primeira mencionada, a bicicleta, na segunda, o gosto pela fotografia, o edifício e motivos relacionados com o Camilo Castelo Branco.

Por último, na pergunta “Quais foram as principais razões que o/a levaram a decidir vir hoje ao Centro Português de Fotografia?” adicionaram-se as opções “por gostar de

fotografia”, “por causa do edifício”, “por motivos relacionados com o Camilo Castelo Branco” e “por motivos relacionados com a loja”.

Também a pergunta que utilizava a escala Likert foi alterada, agregando-se todas as alíneas relativas sobre exposições temporárias numa opção referente a todas. Esta opção foi tomada, por se considerar que uma melhor forma de avaliar a aceitação e preferência pelas exposições temporárias pelos visitantes seria introduzir duas novas perguntas nas quais utilizando-se um formato de hierarquia, pedia-se aos visitantes que indicassem qual a exposição temporária que gostaram mais e qual a que gostaram menos (Veal, 2006:264).

Outra questão adicionada foi “Quanto pagaria para entrar novamente no Centro Português de Fotografia?”, com o intuito de verificar que valor os visitantes indicavam como razoável para uma visita paga ao equipamento cultural, e foi introduzida a pedido do Drº Bernardino Castro, coordenador do estágio na instituição.

Quanto à forma do questionário teve-se em consideração a adoção de uma estrutura completa, mas sem exceder o razoável, a fim de ser possível obter o máximo de respostas.

Foi feito presencialmente e via *online* no período entre 23 de Fevereiro e 5 de Abril.

O questionário abrangeu uma população de 6835 visitantes, tendo sido feitos 398 inquéritos no terreno e 16 preenchidos pelos visitantes *online* e teve versões em Português, Inglês, Espanhol e Francês (vide anexos 1-4).

Recorreu-se ao SPSS 21 e à análise descritiva para fazer a análise dos dados recolhidos.

3.4. Inquérito referente a uma possível entrada paga no Centro Português de Fotografia

A entidade acolhedora do estágio sugeriu que fosse elaborado um segundo questionário centrado no seguinte objetivo: averiguar a adesão dos visitantes do Centro Português de Fotografia a uma possível entrada paga nesse espaço.

O conteúdo do questionário incluía questões que procuravam averiguar a opinião dos visitantes relativamente à instituição e ao funcionamento das suas valências (Ghiglione, R., Matalon, B., 2001:110) e dados que pudessem ser conhecidos sem ser preciso utilizar inquéritos, nomeadamente o sexo dos visitantes.

Estruturaram-se neste sentido 3 questões que pretendiam recolher informação que correspondesse aos objetivos definidos, todas elas fechadas, nas quais se apresentava uma lista pré-estabelecida de respostas, das quais o visitante escolhia a opção que melhor correspondia com a resposta que queria dar (Ghiglione, R., Matalon, B., 2001:114).

A estrutura do questionário foi feita de acordo com as indicações do coordenador na instituição, o drº Bernardino Castro.

O inquérito por questionário (vide anexo nº 9) traduz a versão final do mesmo, após aprovação pelo coordenador do estágio no Centro Português de Fotografia.

O inquérito foi feito presencialmente e aplicado pela investigadora à entrada do Centro Português de Fotografia, nos dias 10 e 11 de Janeiro de 2012.

O questionário abrangeu uma população de 161 visitantes, tendo sido feitos 84 inquéritos no terreno.

Recorreu-se ao SPSS 21 e à análise descritiva para efetuar a análise dos dados recolhidos.

4. Resultados dos inquéritos realizados

4.1. Resultados do inquérito inserido do projeto de estágio

A análise dos resultados foi realizada em duas fases: uma na qual se fez um balanço das variáveis analisadas, numa divisão por blocos temáticos, anteriormente referidos e correlacionando-se numa fase posterior variáveis que analisadas em conjunto poderiam trazer um contributo importante para a construção do perfil do visitante e para uma compreensão mais aprofundada do comportamento do visitante e as suas preferências.

Estudaram-se como dados demográficos: o sexo (gráfico nº 2), a idade (gráfico nº 3), a situação conjugal (gráfico nº 5), a residência habitual (gráfico nº 6), a nacionalidade (gráfico nº 7), o nível de escolaridade (gráfico nº 8) e o estatuto profissional dos visitantes (gráfico nº 10). Destas variáveis, foram correlacionadas: o sexo e a idade dos visitantes (gráfico nº 4) e o nível de escolaridade por idade (gráfico nº 9).

Para examinar a frequência e a modalidade da visita dos visitantes, analisaram-se a frequência temporal da última visita feita ao Centro Português de Fotografia (gráficos nº 11 e 12), o tipo de visitas que foram feitas (gráfico nº 13), o tipo de acompanhantes (gráfico nº 14), o tipo de transporte utilizado (gráfico nº 15), a forma como os visitantes travaram conhecimento com o Centro Português de Fotografia (tabela nº 5) e as principais razões de visita (tabela nº 6); destas variáveis correlacionou-se o meio de transporte utilizado pelo visitante com a sua residência habitual (tabela nº 3) e nacionalidade (tabela nº 4).

Para finalizar a análise aos dados obtidos, sistematizou-se a avaliação dos visitantes das valências da instituição nas seguintes variáveis: avaliação dos vários aspetos visíveis durante a visita (tabela nº 7), a exposição temporária que o visitante gostou mais (gráfico nº 16) e menos (gráfico nº 17) e que estava patente no momento em que se realizou o inquérito, a probabilidade de voltar ao Centro Português de Fotografia (gráfico nº 18) e de recomendar a sua visita (gráfico nº 20) e o valor razoável para uma visita paga ao mesmo (gráfico nº 19).

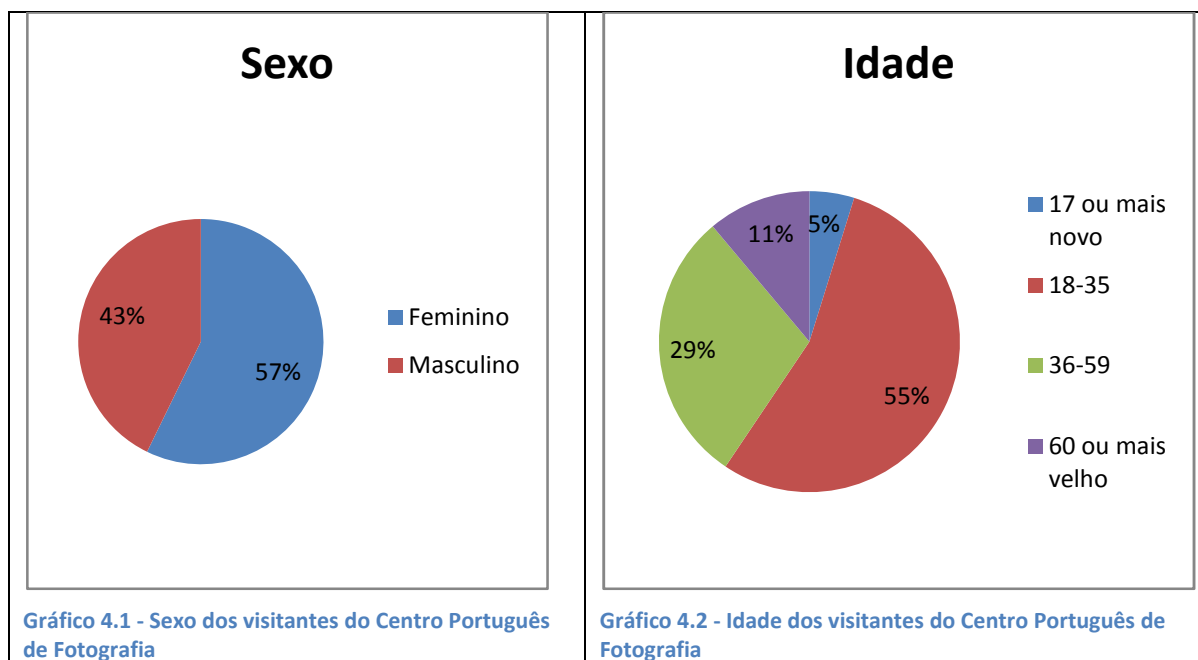
Por último, fez-se também uma análise de conteúdo aos comentários que os visitantes fizeram ao longo do questionário.

4.1.1. Perfil

4.1.1.1. Dados sociodemográficos

Como dito anteriormente, numa tentativa de estabelecer um perfil dos visitantes do CPF, foram estudadas as seguintes variáveis sociodemográficas: o sexo (gráfico nº 2), a idade (gráfico nº 3), a situação conjugal (gráfico nº 5), a residência habitual (gráfico nº 6), a nacionalidade (gráfico nº 7), o nível de escolaridade (gráfico nº 8) e o estatuto profissional dos visitantes (gráfico nº 10).

4.1.1.1.1. Sexo e idade dos visitantes



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

A análise revelou uma percentagem maioritária de visitantes do sexo feminino (57%), assim como pessoas cuja idade se encontra entre os 18 e os 35 anos (55%).

4.1.1.1.2. Idade dos visitantes por sexo

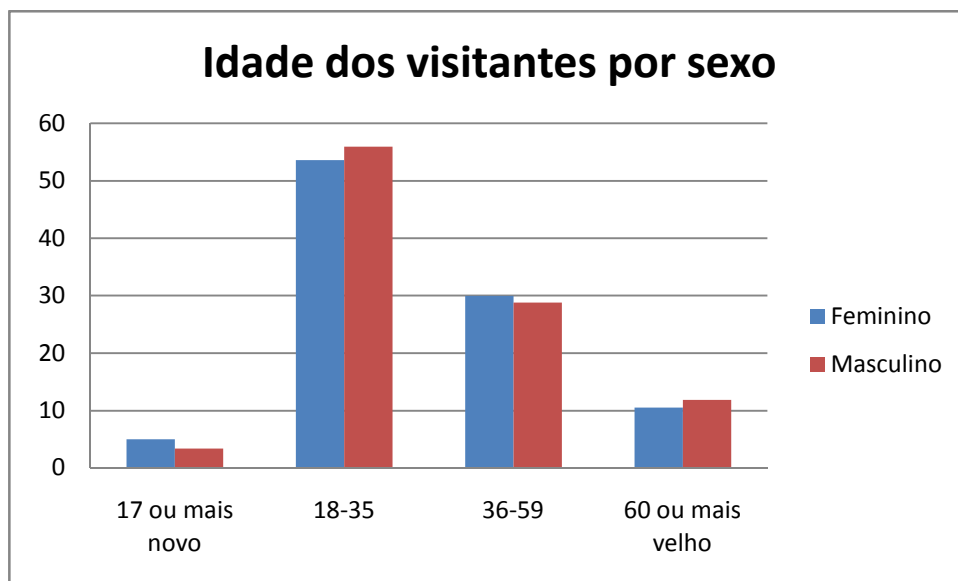


Gráfico 1.3 - Idade dos visitantes por sexo (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

Cruzando a variável idade com a variável sexo, comprovou-se a tendência verificada pela análise isolada de ambas, de em ambos os sexos haver uma presença mais forte de visitantes com idades compreendidas entre os 18 e os 35 anos.

4.1.1.1.3. Situação conjugal (estado civil)

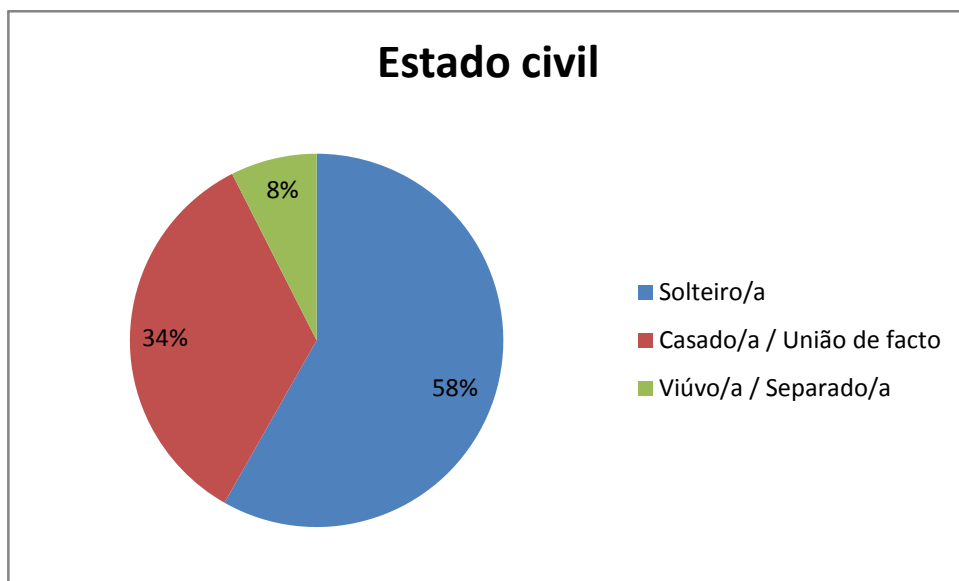


Gráfico 4.4 - Estado civil dos visitantes do Centro Português de Fotografia (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

Uma grande parte dos visitantes ou é solteiro (58%) ou está numa relação com coabitação ou casado (34%), apresentando a categoria restante (viúvo/a/separado/a) uma percentagem reduzida de respostas.

4.1.1.1.4. Residência e nacionalidade dos visitantes

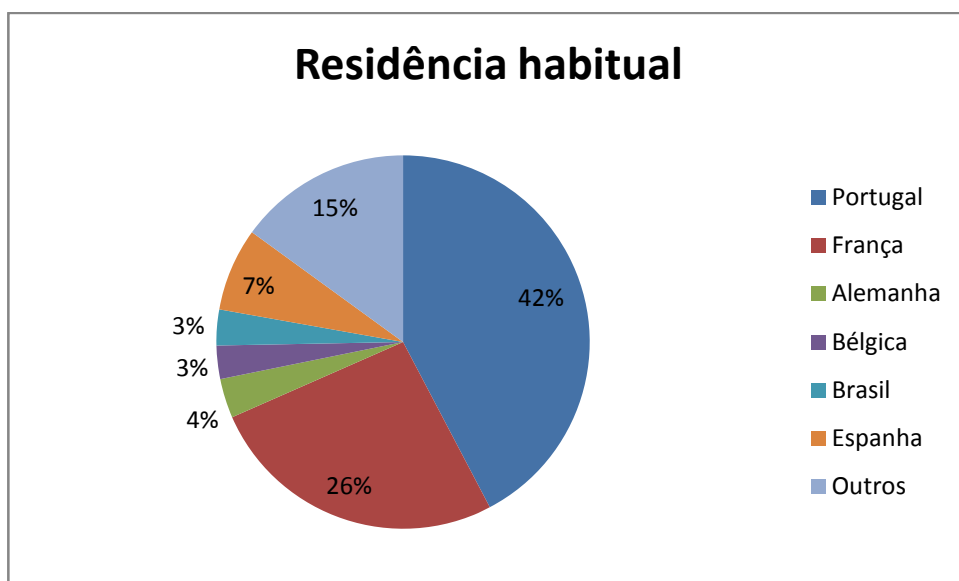


Gráfico 4.5 - Residência habitual dos visitantes do Centro Português de Fotografia (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

Na questão referente à residência habitual do inquirido constatou-se que os grupos com maior representação, por ordem decrescente tinham a sua residência habitual em Portugal, França e Espanha.

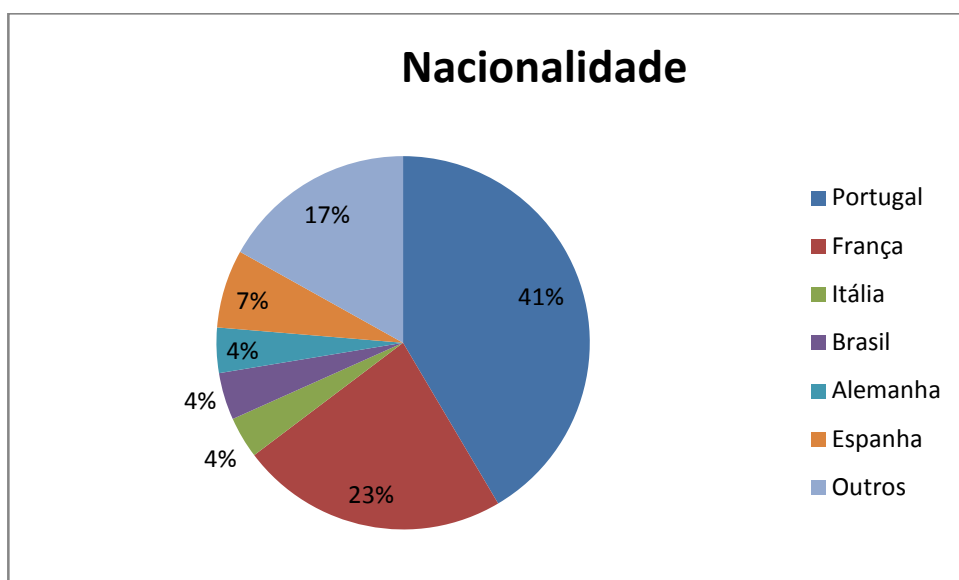


Gráfico 4.6 - Nacionalidade dos visitantes ao Centro Português de Fotografia (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

A questão referente à nacionalidade dos visitantes revelou também representações significativas de visitantes provenientes e com residência em Portugal, seguindo-se França e Espanha.

Os valores comprovaram esta afirmação, tendo registado o questionário 42% de visitantes residentes e 41% provenientes de Portugal, 26% de residentes e 23% de visitantes provenientes de França e 7% residentes e provenientes de Espanha.

4.1.1.1.5. Nível de escolaridade dos visitantes

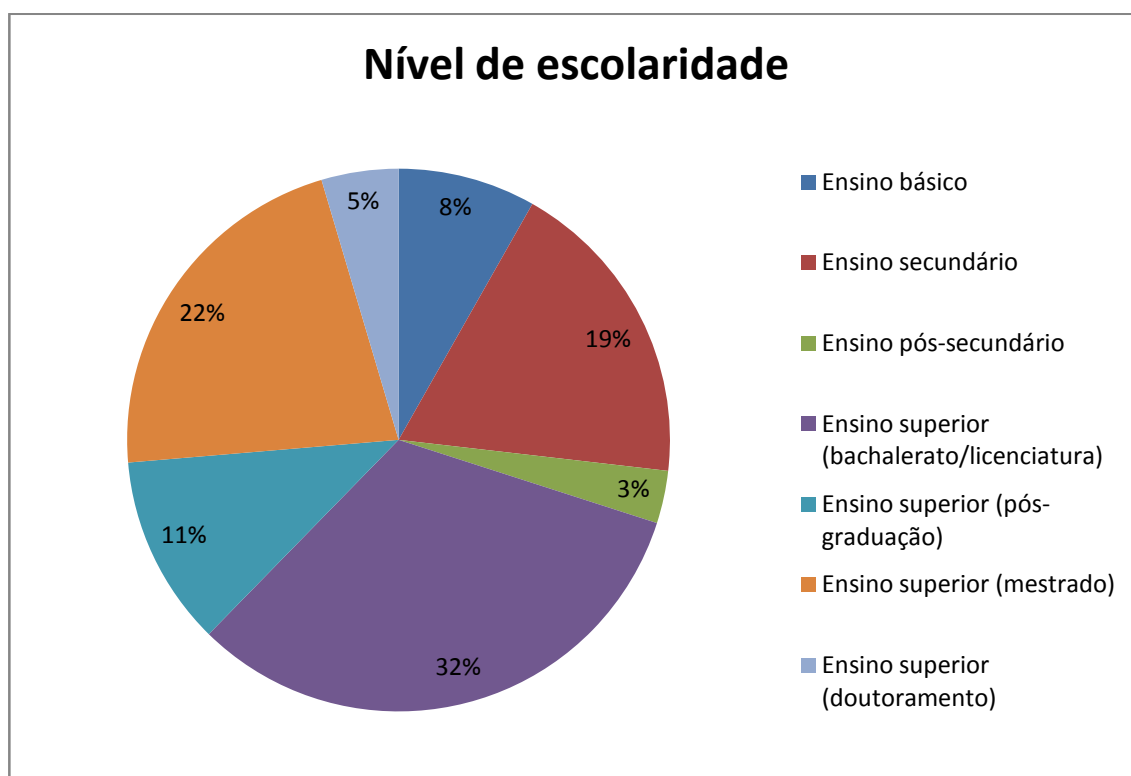


Gráfico 4.7 - Nível de escolaridade dos visitantes do Centro Português de Fotografia (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

Os dados recolhidos, revelaram uma grande maioria dos visitantes com um nível de instrução superior (73% no total, incluindo todos os graus pós-secundário), enquanto a percentagem de visitantes que afirmaram ter somente o 12º ano é de 19%.

Estes dados corroboram outros resultados de estudos de públicos, que demonstram “uma relação entre o nível de escolaridade e a frequência de equipamentos e práticas culturais” (Simplicio, 2010:52).

4.1.1.1.6. Nível de escolaridade por idade

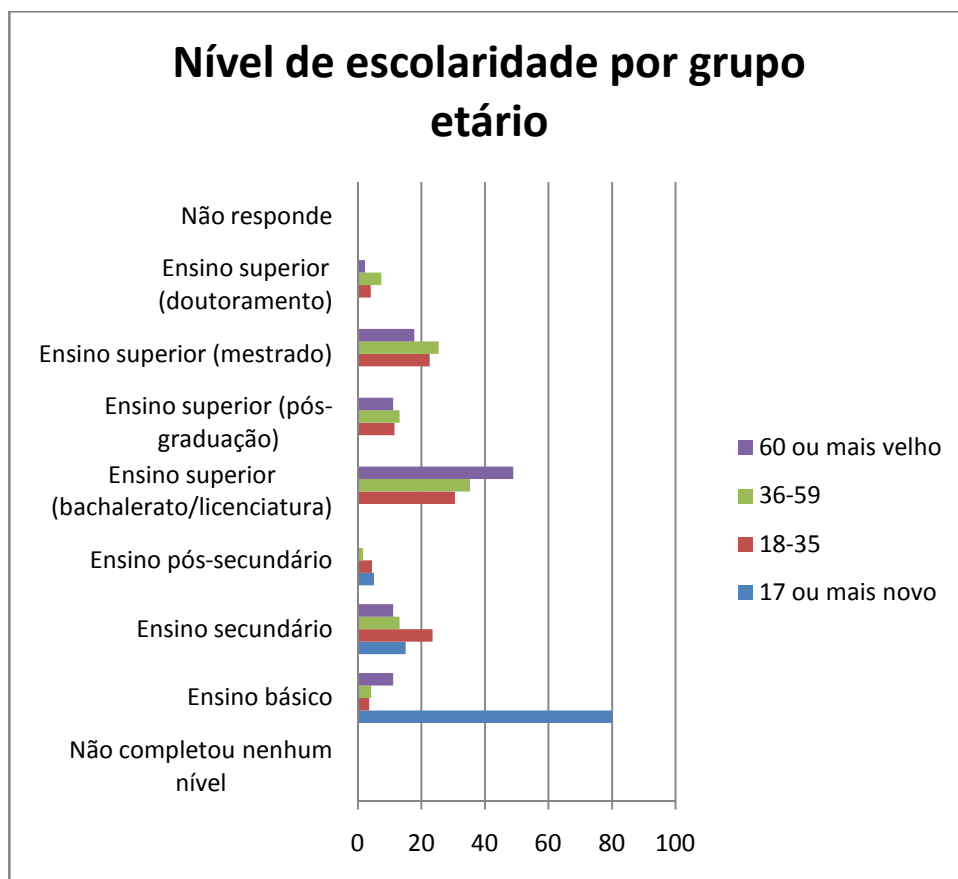


Gráfico 4.8 - Nível de escolaridade dos visitantes por grupo etário (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

Analisando-se o nível de escolaridade por faixas etárias, foi possível verificar-se que a maioria dos visitantes com 17 anos ou menos tinham concluído somente o ensino básico (80%).

Os visitantes cuja idade se encontrava entre 18 e 35 anos tinham na sua maioria qualificações ao nível do bacharelato ou licenciatura (31%), dados semelhantes para a faixa etária situada entre os 36 e 59 anos (35%) e os anos 60 ou mais (49%).

Nenhum visitante optou por não responder ou afirmou não possuir qualquer nível de escolaridade.

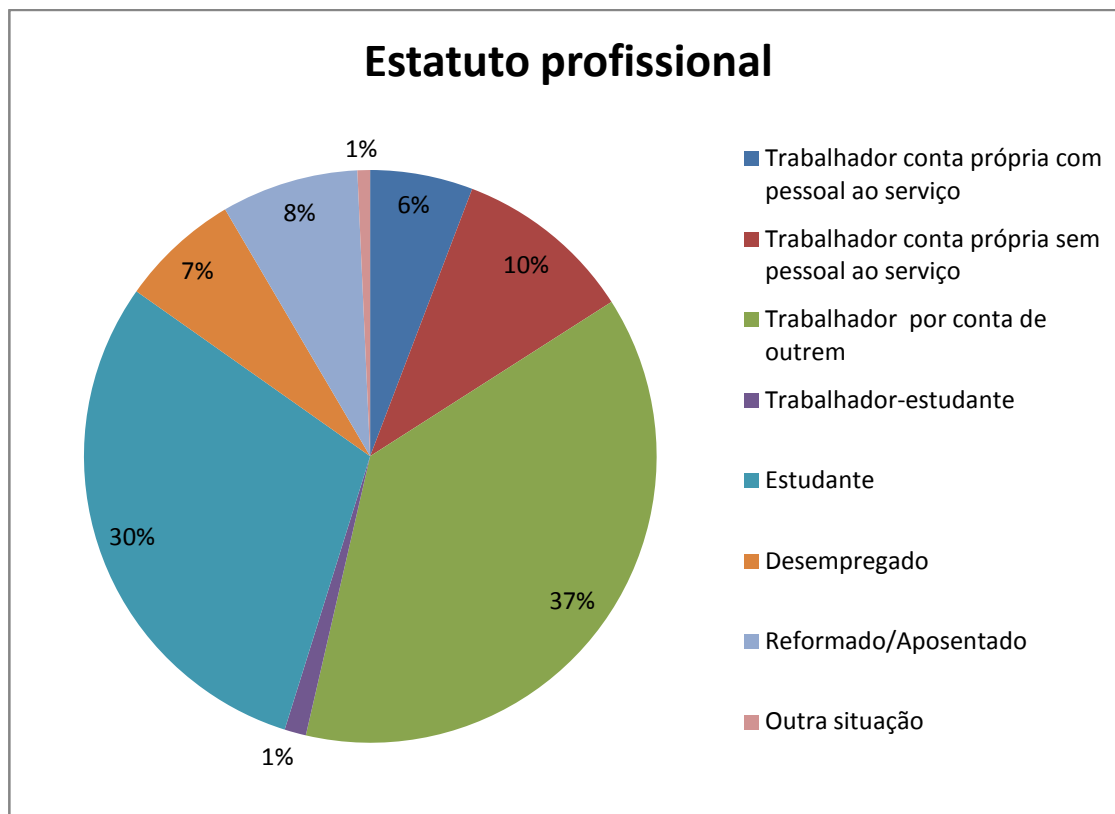
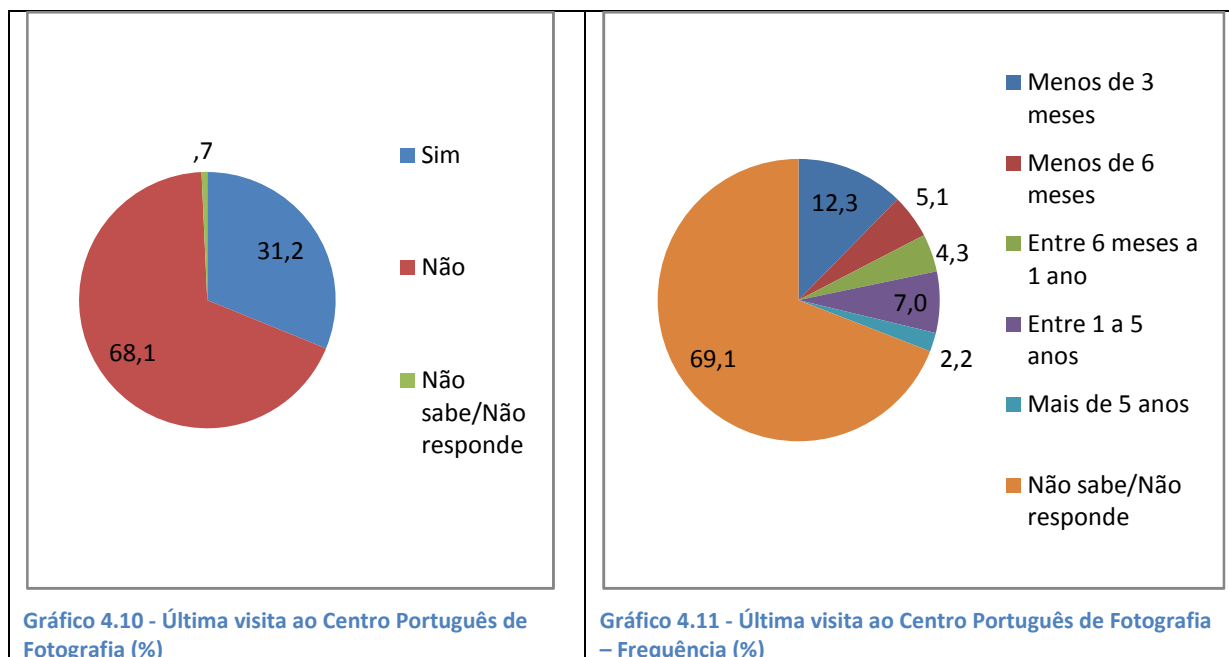


Gráfico 4.9 - Estatuto profissional dos visitantes do Centro Português de Fotografia (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

Verificou-se que entre os 53% de visitantes que possuíam uma profissão, 37% trabalhava por conta de outrem. Entre os visitantes não ativos, destacam-se os estudantes, com uma percentagem de 30%.

4.1.1.2. Frequência e modalidade da visita



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

4.1.1.2.1. Frequência

Para a maioria dos visitantes (71%), foi a primeira vez que visitaram o Centro Português de Fotografia, somente uma minoria (31%) já tinha visitado o edifício antes.

4.1.1.2.2. Última visita ao museu

Dos visitantes que já tinham visitado previamente este arquivo (28%), para a maioria, a última visita foi há menos de 3 meses (13%).

Estes dados revelam assim que somente uma minoria dos visitantes é visitante frequente.

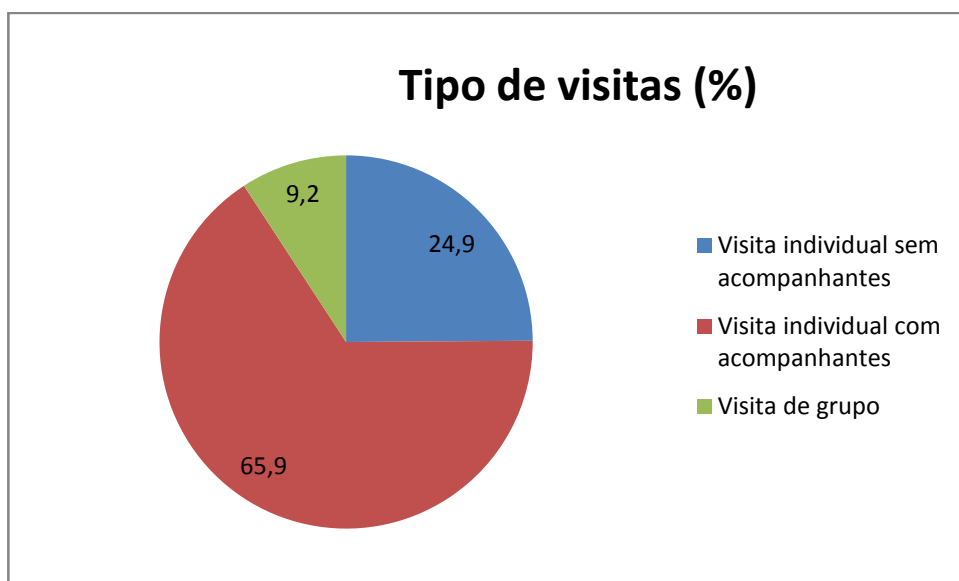


Gráfico 4.12 - Tipo de visitas feitas pelos visitantes ao Centro Português de Fotografia (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

A tipologia de visita mais frequente no Centro Português é a visita individual com ou sem acompanhantes (66% e 25% do total de visitas respetivamente), já a mais incomum é a de grupo.

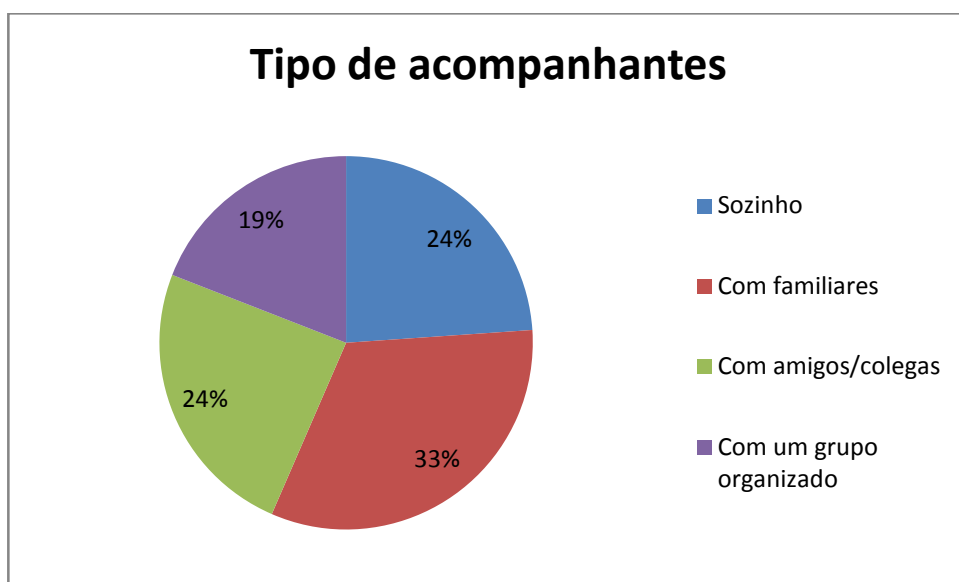


Gráfico 4.13 - Tipo de acompanhantes da visita ao Centro Português de Fotografia (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

Os acompanhantes mais comuns dos visitantes são familiares (33%) e amigos ou colegas (24%).

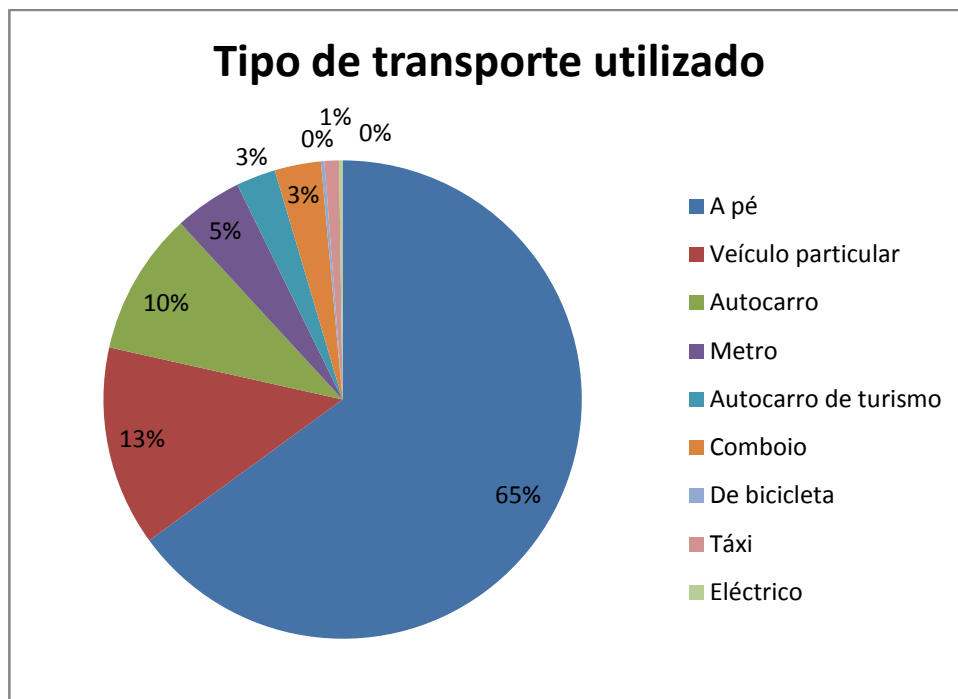


Gráfico 4.14 - Tipo de transporte utilizado pelos visitantes para se deslocarem ao Centro Português de Fotografia (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

Uma percentagem significativa dos visitantes (65%) veio a pé do seu local de alojamento/residência, sendo os meios de transportes mais utilizados, o carro próprio (13%), o autocarro (10%) e o metro (5%).

4.1.1.2.3. Meio de transporte de acordo com a residência habitual e nacionalidade dos visitantes

	Residência habitual dos visitantes (%)							
		Portugal	França	Alemanha	Bélgica	Brasil	Espanha	Outros
Meio de transporte	A pé	27	33	5	3	3	10	19
	Veículo particular	77	9	0	0	2	4	9
	Autocarro	58	15	0	10	0	5	13
	Metro	74	21	0	0	5	0	0

	Autocarro de turismo	91	0	0	0	9	0	0
	Comboio	85	8	0	0	8	0	0
	Bicicleta	0	100	0	0	0	0	0
	Táxi	50	0	0	0	50	0	0
	Eléctrico	0	100	0	0	0	0	0
	Total (valor absoluto)	175	108	14	11	13	30	62

Tabela 4.15 - Residência habitual dos visitantes por meio de transporte (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

A tabela 3 ilustra o meio de transporte utilizado pelos visitantes, com o qual percorreram uma maior distância, segundo o parâmetro “residência habitual” desde o local onde se encontram alojados até ao Centro Português de Fotografia.

A utilização de quase todos os meios de transporte, com a exceção da bicicleta, táxi, eléctrico e do autocarro de turismo, foi referida mais significativamente pelos residentes em Portugal e na França, seguidos das restantes. Como exceção, há que referir o autocarro de turismo mencionado por 91% dos portugueses e por 9% dos brasileiros como o meio de deslocação ao Centro Português de Fotografia, o que pode indicar que muitos portugueses e brasileiros vêm a esta instituição em visitas de grupo ou em visitas organizadas.

A utilização do meio de transporte “bicicleta” e “eléctrico” só foi citada pela amostra de residentes na França abordada durante o inquérito, enquanto que o meio de transporte “táxi” só foi referido pelos residentes em Portugal e no Brasil.

Uma das principais diferenças que se pode observar ao nível das nacionalidades, se se somar todos os resultados referentes a países que não Portugal, é a preponderância que vir a pé tem como meio mais elegido para se deslocar ao Centro Português de Fotografia, mais especificamente 73% da amostra total.

4.1.1.2.4. Meios de conhecimento da existência do Centro Português de Fotografia

Meio de conhecimento de existência do Centro Português de Fotografia	Porcentagem
Amigos	13,3%
Familiares	2,4%
Professores	10,1%
Folheto ou desdobrável do Centro Português de Fotografia	1,2%
Agenda cultural	1,2%
Guia turístico	22,2%
Sinalética	1,2%
Agência de viagens ou posto de turismo	3,1%
Imprensa	4,8%
Internet	5,8%
Edifício	21,7%
Local de alojamento	4,6%
Informação sobre o Camilo Castelo Branco	1%
Outro meio	6,5%
Não responde	0,7%

Tabela 4.16 - Meio de conhecimento de existência do Centro Português de Fotografia (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

Os meios mais comuns através dos quais os visitantes têm conhecimento da existência do Centro Português de Fotografia são guias turísticos (22,2%); o edifício (21,7%), isto é a sua presença accidental em localização próxima e a curiosidade de entrar dentro e conhecer o seu conteúdo e os amigos (13,3%).

No que reporta aos guias turísticos que tinham feito com que os visitantes tomassem contato com o CPF, há que mencionar entre as publicações da editora Lonely Planet e da editora DK, o guia distribuído aos turistas que se dirigem aos postos de turismo pertencentes à câmara municipal do Porto, onde entre outras atrações turísticas menciona o CPF. As informações disponíveis neste guia são a localização no mapa, o horário, o número de contato e o custo da entrada, neste caso, gratuita (vide anexo 17).

Outros meios que não foram incluídos nas opções elencadas e que foram mencionadas pelos visitantes foram entre outros: visitas guiadas gratuitas à cidade, através do serviço online Free Tours (<http://portofreetour.com>), a televisão, o cinema, o Instituto Português de Fotografia e cursos relacionados e conhecimentos de fotografia.

4.1.1.2.5. Principais razões de visita

Razões da visita ao Centro Português de Fotografia	%
Visitar o Centro Português de Fotografia pela 1ª vez	35,5
Visitar novamente o Centro Português de Fotografia	12,6
Ver uma exposição temporária	9,7
Para participar ou assistir a uma Atividade do Centro Português de Fotografia	0,5
Enquadrado na visita a outro local, monumento ou museu	0,7
No âmbito da sua formação ou profissão	13,3
Por gostar de fotografia	20
Por causa do edifício	5,8
Por motivos relacionados com o Camilo Castelo Branco	0,7
Por motivos relacionados com a loja	0,2
Outra razão	0,9

Tabela 4.17 - Razões para a visita ao Centro Português de Fotografia (%).

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

Entre as razões para a visita ao CPF destacam-se: a visita pela primeira vez (35,5%), a formação ou profissão do visitante (13,3%) e uma visita repetida ao CPF (12,6%).

Outras razões não elencadas nas opções previamente definidas emencionadas pelos visitantes foram: a visita para mostrar aos familiares/amigos ao CPF e uma visita à loja.

4.1.2. Avaliação das condições de visita

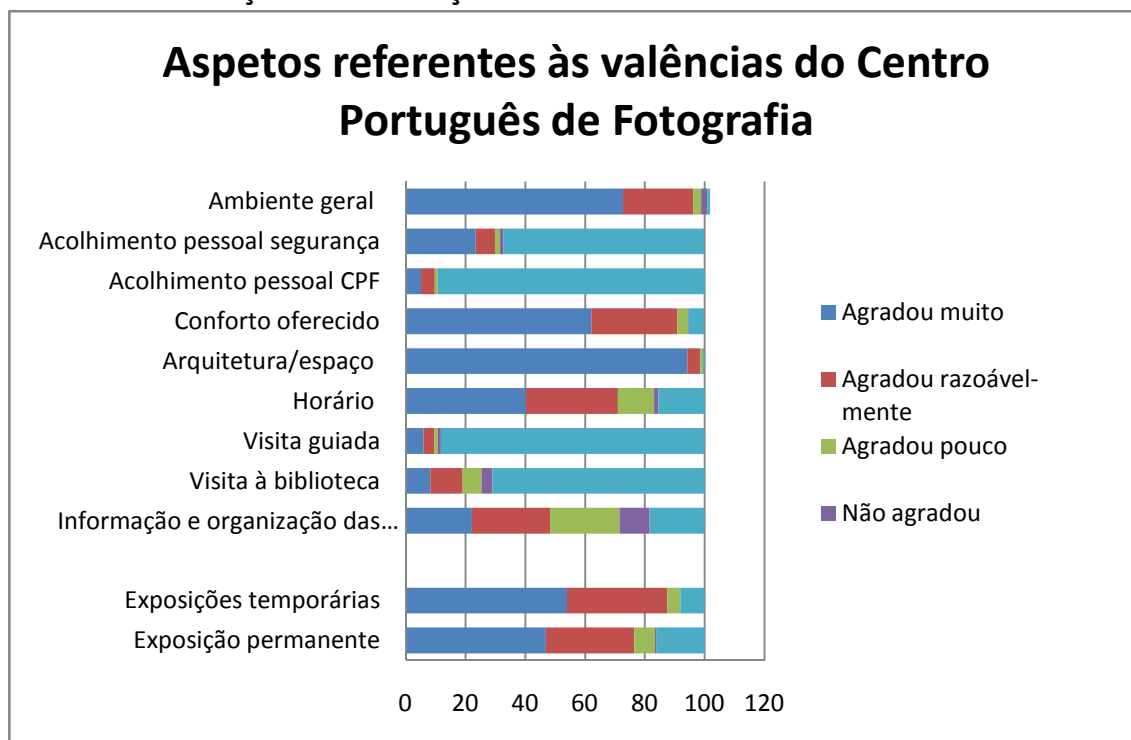


Gráfico 4.18 - Aspetos referentes às valências do Centro Português de Fotografia.

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

A exposição permanente agradou muito à maioria dos visitantes (47%), assim como as exposições temporárias patentes na altura em que o questionário se realizou: “Català Roca”, “12.12.12” e “O poeta da Reportagem – Ryszard Kapuscinski”.

Apesar de uma maioria dos visitantes ter considerado a informação razoável (26%) ou boa (22%), uma minoria significativa (23%) considerou que este aspeto lhe agradou pouco.

Neste período, a informação era disponibilizada na receção sobre a forma de folhas A4 predominantemente com texto sobre o edifício e sobre cada exposição temporária, em português ou inglês.

Em cada sala de exposição, conforme as informações disponibilizadas aos responsáveis dentro da instituição pelos fotógrafos ou entidades que propunham as exposições, colocava-se uma legenda perto de cada fotografia. Na receção, localizada no átrio de entrada, estavam disponíveis folhetos explicativos de cada exposição, que consoante a informação existente nas salas de exposição podia ser mais ou menos extenso.

No caso das exposições existentes durante o período em que decorreu o inquérito, a exposição “12.12.12” tinha relativamente pouca informação na sala, com legendas que referiam apenas o autor e o nome atribuído à fotografia. A folha de sala desta exposição incluía as legendas para cada fotografia, assim como a sinopse, por opção dos fotógrafos.

A exposição “O poeta da Reportagem – Ryszard Kapuscinski” tinha legendas dentro das salas bastante completas, incluídas já nos placares que compunham a mesma, com informação relativamente à personalidade sobre a qual versava esta, assim como sobre as obras literárias que compôs e sobre as fotografias que estavam expostas. A folha de sala somente tinha a sinopse da exposição.

Quanto à “Català Roca”, esta possuía legendas nas salas que indicavam o nome da fotografia, o local onde foi tirada e a data estimada para a execução desta. A folha de sala somente incluía a sinopse.

A visita guiada e a visita à biblioteca/unidade informativa Pedro Miguel tiveram avaliações semelhantes por parte dos visitantes, em primeiro lugar devido a uma elevada percentagem das pessoas inquiridas revelar um desconhecimento e não utilização destes: 71% no caso da visita à biblioteca e 88% no caso das visitas guiadas.

Os utilizadores da biblioteca avaliaram predominantemente este serviço de uma forma positiva, verificando-se o mesmo com as visitas guiadas.

Quanto ao horário do CPF, é opinião quase unânime dos visitantes que é um horário adequado e que satisfaz as necessidades dos visitantes.

Tanto a arquitetura/ espaço do edifício, como o conforto oferecido agradou muito a uma esmagadora maioria dos visitantes: 94% no caso da arquitetura/ espaço do edifício e 62% no caso do conforto oferecido.

Tanto o acolhimento por parte do pessoal do CPF e da segurança foram na sua maioria não avaliados, devido a não ter sido prestado o serviço mencionado, destacando-se o acolhimento por parte do pessoal do CPF como o aspeto com maior percentagem de não utilização (89%)

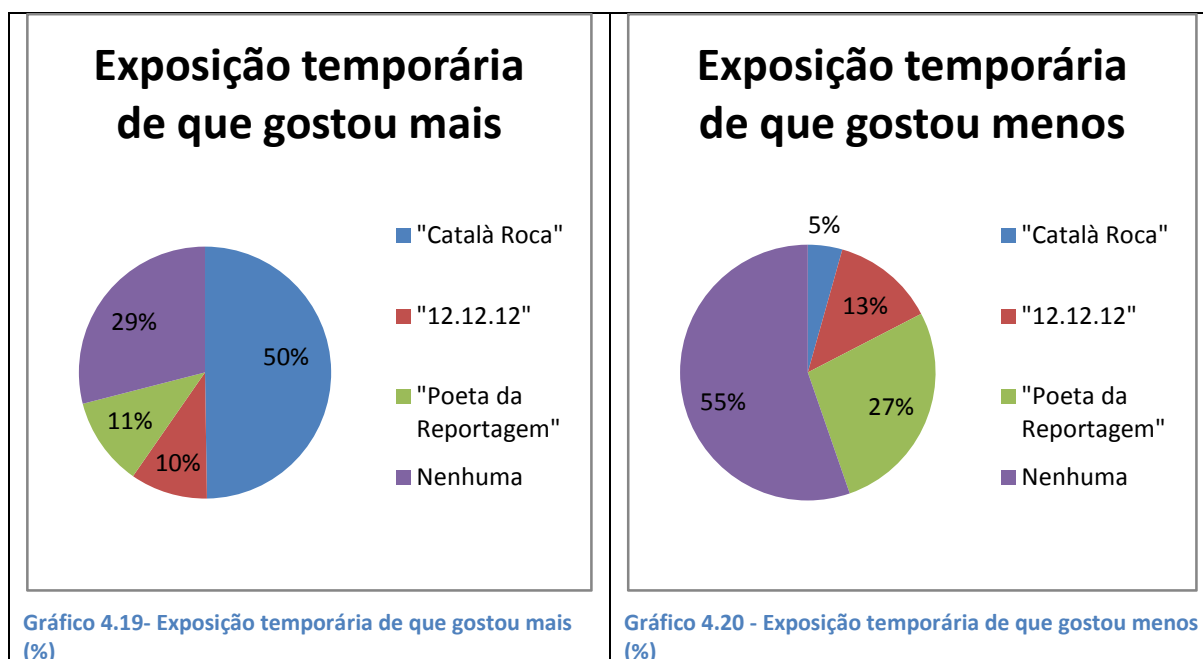
Dos visitantes que tiveram acolhimento por parte do pessoal do CPF, a maioria classificou como razoável (5%) ou bom (5%). Já em relação ao acolhimento por parte do pessoal de segurança, este foi à semelhança do aspeto anterior considerado maioritariamente como bom (23%) ou razoável (7%).

O ambiente geral do CPF referia-se a uma avaliação global de todos os aspetos elencados anteriormente na questão e pretendia aferir se os visitantes sentiam-se bem dentro do edifício e durante a visita.

À generalidade dos visitantes, agradou-lhe muito (73%) ou razoavelmente (23%) o ambiente geral do CPF, podendo-se pois concluir que a maioria dos visitantes ficou satisfeito com a envolvimento da visita.

De um modo geral, os aspetos mais desconhecidos, e por isso, menos utilizados pelos visitantes foram: acolhimento por parte do pessoal afeto ao CPF (89%), visita guiada (88%), visita à biblioteca (71%) e acolhimento por parte do pessoal de segurança (67%).

Os aspetos que receberam uma maior avaliação negativa por visitantes foram a informação sobre as peças (10%), a visita à biblioteca (4%) e o horário do CPF (1%). Por outro lado o espaço e arquitetura do edifício (94%), o ambiente geral do CPF (73%) e a apresentação das exposições temporárias (54%) receberam uma avaliação muito positiva, sendo do agrado da maior parte dos visitantes.



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

Estas duas perguntas conseguiriam determinar qual seria a exposição temporária mais e menos popular exposta ao público durante o período durante o qual decorreu o inquérito.

Determinou-se então que a exposição temporária “Català Roca” foi a que granjeou mais elogios do público, tendo sido considerada por um visitante como “uma das melhores exposições que já vi”. Já a exposição temporária “O poeta da reportagem: Ryszard Kapuscinski” foi a menos preferida (27%).

Destaca-se ainda a grande diferença entre a percentagem das pessoas que optaram por não escolher nenhuma das exposições como a exposição da qual gostou mais (29%) e da qual gostou menos (55%).

Esta discrepância deve-se ao facto de face às exposições que estavam patente na altura em que este questionário foi feito, ser mais complicado para os visitantes distinguir uma que achassem que fosse de inferior qualidade ou menos do seu agrado.

4.1.2.1. *Intenção de voltar a visitar o Centro Português de Fotografia*

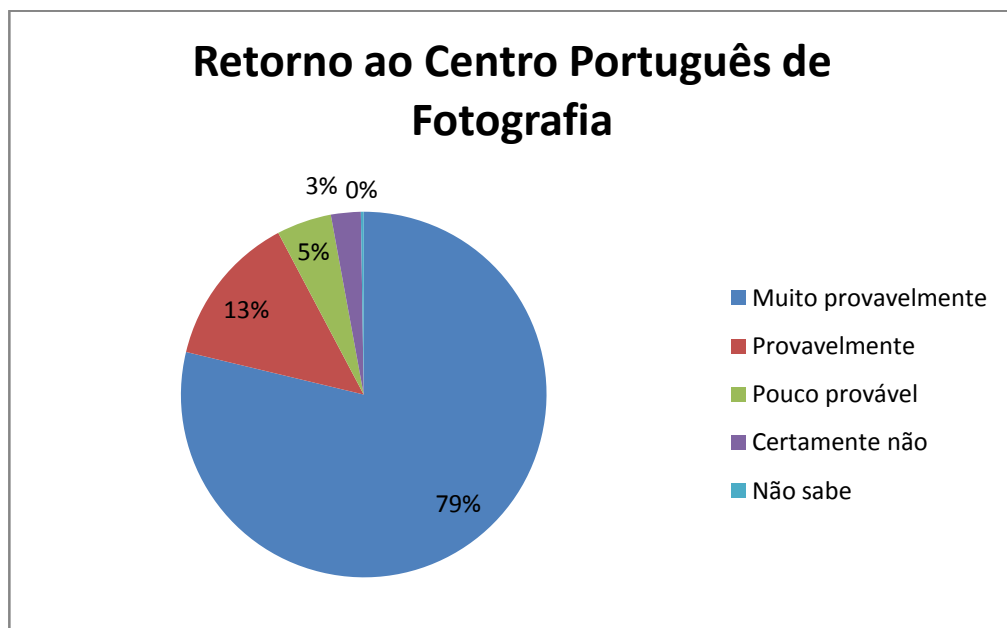


Gráfico 4.21 - Retorno ao Centro Português de Fotografia (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

Uma maioria significativa voltaria a visitar o CPF, 79% muito provavelmente e 13% provavelmente. Uma minoria (3% dos visitantes) respondeu que não voltaria a visitar a instituição.

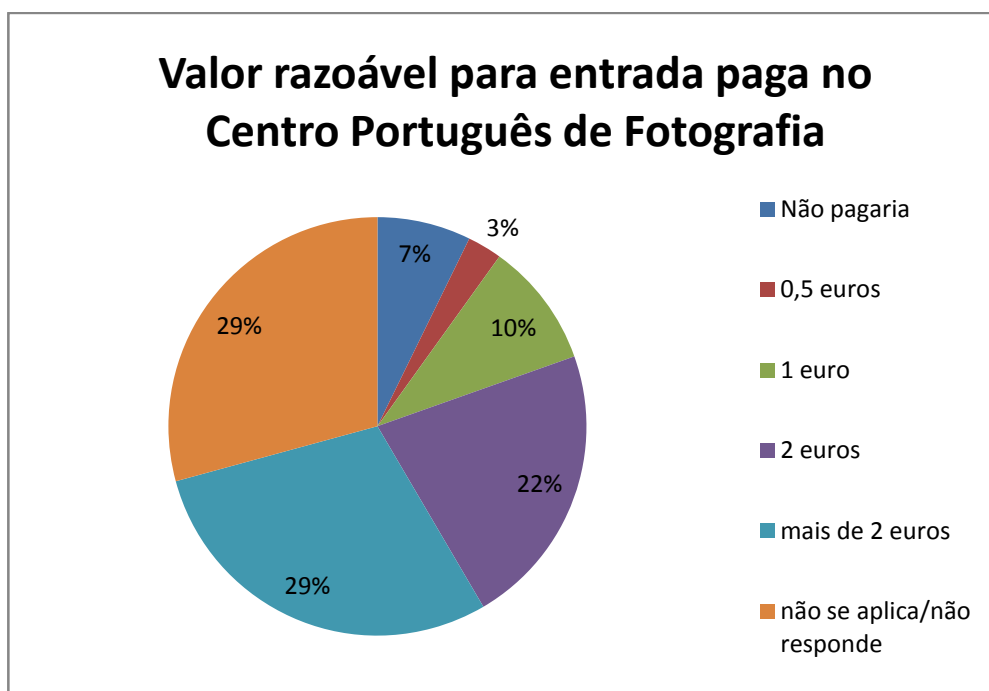


Gráfico 4.22 - Valor razoável para entrada paga no Centro Português de Fotografia (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

Entre os que afirmaram que voltariam a visitar o CPF, 29% pagariam mais de 2 euros e 22% dos inquiridos, 2 euros.

O elevado número de visitantes que não responderam à pergunta revela, entre outras coisas, uma dificuldade em atribuir um valor monetário à visita que tinham feito a este espaço cultural.

4.1.2.2. *Intenção de recomendar o Centro Português de Fotografia*



Gráfico 4.23 - Recomendação da visita (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

91% dos visitantes recomendariam ainda a visita ao CPF.

4.1.3. *Sugestões sobre o Centro Português de Fotografia e as exposições patentes*

Categorias	Avaliação (%)		
	Negativa	Positiva	Sugestões
Divulgação	2,0	0,0	0,7
Espaço	16,9	1,4	2,0
Exposições	1,4	1,4	0
Informação	47,3	0	2,0
Política de preços	0	0	2,0
Horário	6,8	0,7	15,5
Serviços	1,4	0	0
		Total	148

Tabela 4.24 - Análise de conteúdo das sugestões de visitantes (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

No decorrer dos inquéritos aos visitantes, foram feitos comentários espontaneamente pelos mesmos sobre os vários aspetos abordados na pergunta referente à avaliação das valências e serviços do CPF.

A maior parte dos comentários feitos espontaneamente tiveram como temática predominante a informação sobre as exposições, permanente e temporárias e a história do edifício providenciada através dos vários suportes disponíveis no local: folhetos colocados no átrio de entrada e legendas colocadas junto das fotografias e outra informação disponível nas salas, tendo 47% dos visitantes avaliado esta de forma negativa.

Outras temáticas que se destacam foram, por ordem decrescente de importância, o horário de funcionamento do edifício, que teve a maior percentagem de sugestões (16%) e o espaço, que registou a segunda maior percentagem de avaliações negativas (17%).

Os aspetos menos mencionados nas avaliações ou sugestões foram os serviços que o CPF providencia aos visitantes e a política de preços que o mesmo praticava; no primeiro caso, foi alvo de 1% das avaliações negativas e no segundo, de 2% das sugestões feitas.

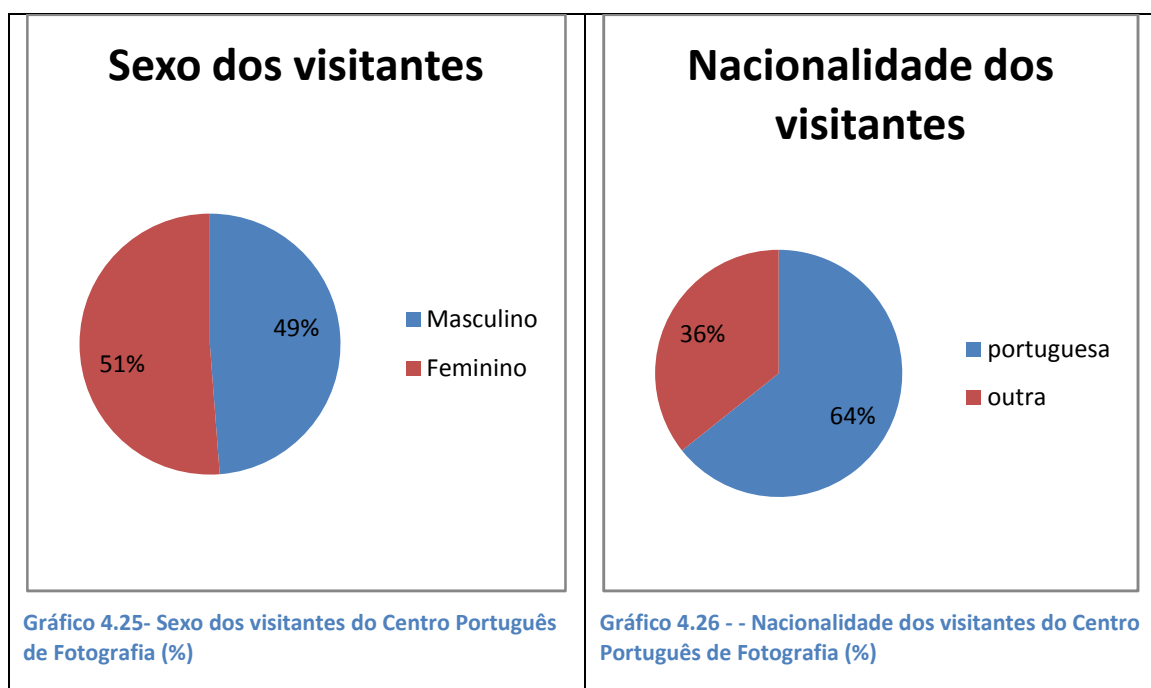
Estes resultados confirmam os obtidos com a análise do gráfico 16, que versa sobre a avaliação dos visitantes às valências do CPF. Este revela que o parâmetro “Horário”, que recebeu a maior percentagem de avaliações “agradou pouco” por parte dos visitantes, também regista o maior número de sugestões, certamente pela insatisfação das pessoas com este aspeto da visita ao CPF.

A informação e organização das peças que no gráfico tem a percentagem mais elevada de avaliações “agradou pouco” (23%), também nesta tabela regista a percentagem mais elevada de avaliações negativas (47%).

Com a exceção do parâmetro “espaço” do edifício que nos dados relativos à avaliação das valências do CPF registou uma percentagem bastante significativa de avaliações positivas (99% combinando-se os critérios “agradou muito” e “agradou razoavelmente”), os restantes parâmetros que tiveram uma avaliação negativa na avaliação feita pelos visitantes, também foram alvos de críticas negativas ou sugestões.

4.2. Resultados do inquérito sobre entrada paga no Centro Português de Fotografia

Neste inquérito, anteriormente referido, foram analisadas a nacionalidade e sexo dos visitantes, a disponibilidade para aderir a uma entrada paga no valor simbólico de um euro no CPF. Foram correlacionadas as variáveis acima enunciadas.



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

Os visitantes eram na sua maioria do sexo feminino (51%) e portugueses (64%).



Gráfico 4.27 - Disponibilidade dos visitantes do Centro Português de Fotografia de pagar um euro para visitar o edifício (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

95% dos visitantes afirmaram que pagariam um euro para ver o CPF.

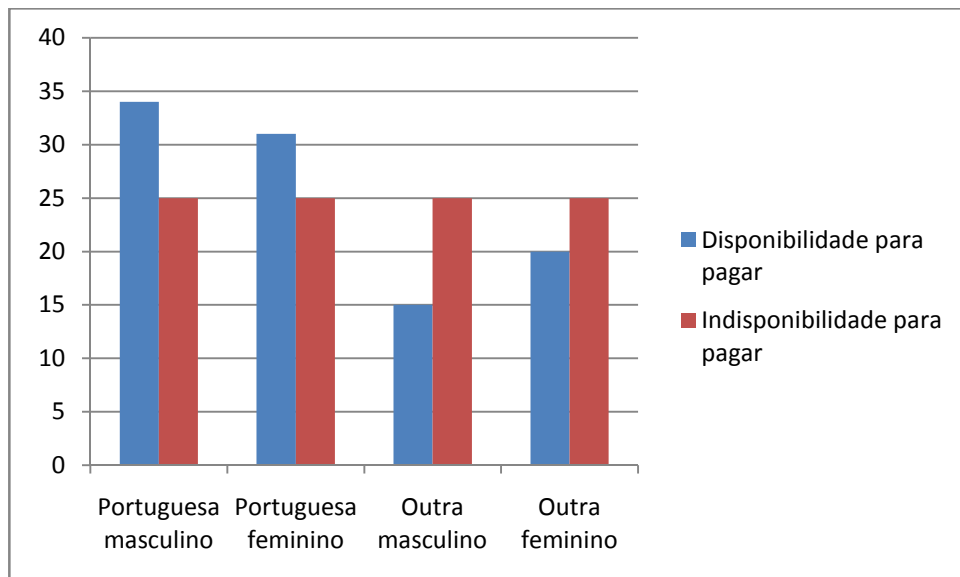


Gráfico 4.28 - Correlação entre a nacionalidade/sexo dos visitantes e a disponibilidade para pagar um euro para visitar o Centro Português de Fotografia (%)

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos

Como demonstram os gráficos anteriores, a maioria dos visitantes afirmou que pagaria um euro para entrar no CPF, no entanto a população portuguesa do sexo masculino entrevistada destacou-se como a que mais respondeu que pagaria um euro, correspondendo a 34% da amostra.

Por outro lado, a percentagem mais baixa (15%) de respostas afirmativas à pergunta correspondeu aos homens de outra nacionalidade que não a portuguesa. As respostas negativas são bastante homogêneas, com 25% em cada a grupo definido a afirmar que não pagaria um euro para entrar no CPF.

No entanto, a nível global foi o sexo feminino que registou a percentagem mais elevada (51%) de respostas positivas.

5. Conclusão

O objetivo do desenvolvimento deste estudo de públicos no CPF era, pois, fazer um levantamento pormenorizado dos públicos que frequentam este equipamento cultural. Para se concretizar este objetivo, tomaram-se como principais aspetos de análise que coincidem com a estrutura expositiva, utilizada na redação do relatório: o CPF (a sua contextualização baseada na sua história, missão, objetivos e estrutura de funcionamento), os estudos de públicos (a sua contextualização baseada na sua definição e caracterização e historial em Portugal e no CPF) e o inquérito aos públicos do CPF (resultados).

As dimensões de análise remeteram para questões relativas à procura do equipamento, ou seja os seus visitantes: procurou-se averiguar os dados sociodemográficos dos visitantes (idade, sexo, etc.), a frequência e modalidade da visita, os meios de conhecimento de existência do CPF, as principais razões de visita, a avaliação das condições de visita, a intenção de voltar a visitar o CPF e o valor que considerariam razoável pagar para o voltar a visitar e a intenção de recomendar a visita.

De acordo os resultados obtidos no inquérito, o perfil do visitante do CPF é predominantemente do sexo feminino, solteiros e com idade entre os 18 e os 35 anos.

Já o estudo relativo à entrada paga no CPF revelou que das 84 pessoas que foram entrevistadas, o grupo que a nível global mais se mostrou disponível para responder positivamente, foi o sexo feminino (51%), que à semelhança do estudo anteriormente mencionado teve uma maioria de participantes pertencentes a este grupo.

A grande maioria reside em Portugal e tem a nacionalidade portuguesa (42% e 41% do número total dos visitantes respetivamente) e dentro da faixa etária predominante, 62% afirma possuir um nível de instrução ao nível de instrução superior ao ensino secundário.

Dos visitantes inquiridos, a maioria (54%) faz parte da população ativa, destacando-se os trabalhadores por conta de outrem. Entre os inativos, destaca-se a segunda percentagem mais elevada global, com 30% dos visitantes a estudar atualmente.

Os resultados destes estudos de públicos confirmaram a existência de tendências regulares de determinadas características demográficas dos visitantes a equipamentos culturais equiparados a museus como a diminuição de frequência com a idade a exposições e a museus, o aumento do hábito e frequência destes eventos e equipamentos culturais com o aumento do nível escolar e uma maior proporção de mulheres entre os visitantes.

6. Autoavaliação e apreciação crítica

Neste último capítulo fiz uma autoavaliação de todas as atividades que realizei durante o período de estágio, à qual adicionei, quando necessário, sugestões para o melhoramento de alguns aspetos menos positivos relacionados com as atividades desenvolvidas, nomeadamente, o trabalho de guia, o desenvolvimento do questionário e das reuniões com a chefia e o apoio à montagem e desmontagem das exposições.

Esta experiência contribuiu também para o meu desenvolvimento de algumas capacidades, referidas no texto abaixo da tabela.

Atividade	Autoavaliação
Trabalho de guia no CPF	Verifiquei uma boa receptividade junto do público mais novo (crianças) e dos adultos e dificuldade em cativar os adolescentes.

	<p>Esta situação poderá dever-se a uma estrutura de visita pouco adaptável e a uma insuficiência de materiais e suportes à visita mais interativos que chamem a atenção.</p> <p>A ausência de elevadores e outras formas de permitir a visita a todo o edifício de pessoas com dificuldades motoras também dificultou as visitas feitas a grupos com elementos com estas características.</p> <p>Um aspeto que deverá ser melhorado será a legendagem e a disponibilização de informação ao público, tanto no caso das exposições patentes permanentemente ou temporariamente. Esta deveria estar disponível tanto em português, o que já acontece em todas as exposições, como, pelo menos, numa língua estrangeira, por ex., o Inglês.</p> <p>Este melhoramento aumentaria a satisfação dos visitantes estrangeiros, que mencionam amiúde a inexistência ou falta de informação numa língua que não o Português.</p> <p>Outro aspeto que poderia ser melhorado e já o foi, em parte, concerne o horário de funcionamento da instituição para o público.</p> <p>Antes e durante a realização do questionário, a hora de almoço estendia-se de Terça a Sexta-feira do 12h30 até às 15h00. No entender dos</p>
--	---

	<p>visitantes, este horário não estava adequado às suas necessidades, particularmente dos turistas.</p> <p>Com a alteração do final da hora de almoço das 15h00 para as 14h00, a satisfação dos visitantes aumentou.</p> <p>Outra alteração do horário que aumentaria ainda mais a satisfação dos mesmos, seria o funcionamento do CPF durante a parte da manhã durante o fim-de-semana.</p>
<p>Desenvolvimento do questionário</p>	<p>Durante a realização do questionário, houve uma grande receptividade do público para o preenchimento do mesmo, no entanto, por vezes houve alguma dificuldade de comunicação com alguns visitantes, apesar da tradução do questionário em mais que uma língua estrangeira, nomeadamente, Inglês, Francês e Espanhol.</p> <p>Verificou-se também uma grande colaboração do pessoal de segurança durante este processo.</p> <p>A amostra recolhida foi representativa, para a qual contribuiu o fato da investigadora estar envolvida diretamente no processo do preenchimento. Os resultados provaram assim ser mais fiáveis.</p> <p>O estudo embora tenha obtido resultados</p>

	relevantes para a instituição e o conhecimento desta do seu público, beneficiaria de estudos complementares, de uma natureza mais qualitativa. Estudos distintos e específicos de cada exposição temporária patente seriam também úteis para se compreender de uma forma mais aprofundada as preferências dos visitantes, relativamente ao tipo de exposição mais apreciada pelos mesmos, de forma a maximizar a atratividade e divulgação do equipamento e a atrair cada vez mais público.
Desenvolvimento de reuniões com as chefias (supervisor de estágio e diretor do CPF, Drº Bernardino Castro)	Durante todo o estágio o supervisor sempre demonstrou uma grande receptividade das sugestões feitas e acompanhou de uma forma ativa e interessada o trabalho desenvolvido.
Apoio à montagem e desmontagem das exposições	Nesta tarefa apoiei o pessoal afeto às exposições, em todas as fases do trabalho. A montagem e desmontagem das exposições foram feitas de uma forma metódica com o apoio de todos os funcionários do CPF.

Tabela 6.1 – Critérios da autoavaliação e apreciação crítica

Fonte: Elaboração própria com base na experiência do estágio

Este estágio foi uma experiência muito gratificante e importante para o meu futuro profissional. Senti-me parte da equipa do CPF, tendo participado em quase todos os setores de atividade do mesmo.

Desenvolvi capacidades pouco exploradas previamente como: a capacidade de negociação, de planeamento, gestão e autoavaliação de uma atividade educativa e da criação de empatia com o público.

Se me tivesse sido dada oportunidade, gostaria de ter aprofundado as tarefas que realizei para a biblioteca/unidade informativa e de ter tido uma breve experiência de trabalho no setor de conservação e restauro.

7. Bibliografia:

Antequera, M. (2011). *Públicos Estudio de Público en el Museo del Área Fundacional de Mendoza. - La relación sociedad y patrimonio en un sitio arqueológico*. Dissertação de Licenciatura. Argentina: Universidad Nacional de Cuyo, Faculdade de Filosofia e Letras. Não publicado.

Black, G. (2005). *The engaging museum- developing museums for visitor involvement*. Local de edição: Routledge

Câmara, I. (2010). O museu como instituição social e os seus públicos. [on line]. *Actas do I Seminário de Investigação em Museologia dos Países de Língua Portuguesa e Espanhola*. Vol. 2: 143-155. [2010]. Disponível em: <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/8034.pdf>

Cardoso, S. (2013). *Plano de Marketing low-cost Centro Português de Fotografia*. Relatório de estágio. Porto: Faculdade de Economia e Gestão da Universidade Católica do Porto. Não publicado.

Centro Português de Fotografia (2011). Relatório de Actividades 2011. Porto: Centro Português de Fotografia.

Centro Português de Fotografia (2012). Plano de Actividades 2012. Porto: Centro Português de Fotografia.

Centro Português de Fotografia (2012). Checklist para a produção de uma exposição. Porto: Centro Português de Fotografia.

Conferência Museus e Sociedade (2008). *Públicos e museus: considerações sobre alguns eixos de mudança*. Actas. Caminha: Câmara Municipal de Caminha

Coffee, K. (2007). Audience Research and the Museum Experience as Social Practice, *Museum Management and Curatorship*, Vol 22:4 377-389 [Agosto de 2012] Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/09647770701757732>

Decreto-Lei n.º 63 (29 Março). Presidência do Conselho de Ministros. Diário da República – I Série -A. N.º 63.(29-03-2007): 1913-1916.

Decreto-Lei n.º 160/97 (25 Junho). Diário da República – I Série -A. N.º 144.(25-06-1997): 3098-3104.

Decreto-Lei n.º 103/2012 (16 Maio). Presidência do Conselho de Ministros. Diário da República – 1ª Série. N.º 95.(16-05-2012): 2535-2537

Economou , M. (2004). Evaluation strategies in the cultural sector: the case of the Kelvingrove Museum and Art Gallery in Glasgow, *Museum and society*, Vol 2 (1):,30-46 [05 de Dezembro de 2012] Disponível em:
<http://www2.le.ac.uk/departments/museumstudies/museumsociety/documents/volumes/economou.pdf>

Eva M. Reussner (2003). Strategic management for visitor-oriented museums *International Journal of Cultural Policy*, Vol 9:1, 95-108 [Agosto de 2012] Disponível em:
<http://dx.doi.org/10.1080/1028663032000089868>

Harnoncourt, A.(1991). The Museum and the Public. *Journal of Extension. The Economics of Art Museums*[on line]. Vol. 1: 35 - 60. [5 Dezembro 2012]. Disponível em:
<http://www.nber.org/chapters/c11637>

Hooper-Greenhill, E. (1994). *Museum and their visitors*. Local de edição: Routledge

Hooper-Greenhil, E. (2006). Studying visitors. In *A companion to museum studies*. Reino Unido: Blackwell Publishing, 362-375.

Housen , A. (1987). Three Methods for Understanding Museum Audiences.[On-line] Consultado 05.12.2012 <http://www.vtshome.org/research/articles-other-readings>

Kirchberg , V. (1996). Museum visitors and non-visitors in Germany: A representative survey. [On-line] Consultado 30.08.2012
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304422X96000071>

Kotler, N.; Kotler, P. (1998). *Museum strategy and marketing- designing missions, building audiences, generating revenue and resources*. Estados Unidos da América: Editora Jossey-Bass

Lopes, J. (s.d.). Reflexões sobre o arbitrário cultural e a violência simbólica: os novos manuais de civilidade no campo cultural. [On-line] Consultado 05.12.2012,
www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/spp/n49/n49a03.pdf.

Oliveira, C. (2010). Os Públicos do Museu Nacional de Etnologia. Pesquisa para uma Estratégia de Comunicação. [on line]. *Actas do I Seminário de Investigação em Museologia dos Países de Língua Portuguesa e Espanhola*. Vol. 1: 103-115. [2010]. Disponível em:
<http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/8035.pdf>

Portaria n.º 372/2007 (30 Março). Ministros de Estado, das Finanças e da Cultura/Governo. Diário da República – 1ª Série. N.º 64.(30-03-2007): 2011-2014

Queirós, L., Visitante-tipo de Serralves é jovem, licenciado e não costuma ir sozinho. *Público* (08 Maio 2013). [Online] Disponível em: <http://www.publico.pt/cultura/jornal/visitantetipo-de-serralves-e-jovem-licenciado-e-nao-costuma-ir-sozinho-26497062#/0> Consultado 07.06.2013

Santana, A. (2010). *Estudo de públicos do museu de São Roque*. Relatório de estágio. Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa. Não publicado.

Santos, E. (2000). *Estudios de visitantes en museos- metodología y aplicaciones*. Espanha: Ediciones Tarea

Santos, M. Et al (2004). *Públicos da Cultura: Actas do Encontro organizado pelo Observatório das Atividades Culturais no Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. Lisboa, 24 e 25 de Novembro de 2003*. Lisboa: Observatório das Atividades Culturais

Senha, J. (2010). *Equipamentos Culturais: que relação com os públicos? – um estudo de caso aplicado ao Castelo de São Jorge e ao Museu do Fado*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa. Não publicado.

Serén, M. (2006). *Cartografias de um espaço- Edifício da Cadeia e Tribunal da Relação do Porto*. Porto: Centro Português Fotografia/Ministério da Cultura

Silva, S. (2003/2004). *Centro Português de Fotografia: política de comunicação e serviços educativos*. Relatório de estágio profissionalizante. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Não publicado,

Simplicio, S. (2010). *Públicos do museu nacional de arte contemporânea- museu do Chiado*. Dissertação de Mestrado. Lisboa: ISCTE. Não publicado.

Stylianou-Lambert, T. (2010). Re-conceptualizing Museum Audiences: Power, Activity, Responsibility. *Visitor Studies* [on line]. Vol. 13(2): 130–144. [9 Outubro 2010]. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/10645578.2010.509693>

Teixeira, G. et al (2013). *Museus e Público Sénior em Portugal*. [online]. Disponível em: <http://www.gulbenkian.pt/media/files/agenda/eventos13/EstudoMuseusPublicoSeniorMarco2013.pdf>

Santos, M. Et al (2004). *Públicos da Cultura: Actas do Encontro organizado pelo Observatório das Atividades Culturais no Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. Lisboa, 24 e 25 de Novembro de 2003*. Lisboa: Observatório das Atividades Culturais

Universidade do Arizona. (2009). *Globe-Miami Area Tourism Study 2008-2009*. [online]. Disponível em: http://www.azot.gov/documents/Globe_Miami_Tourism_Study_Final_12_14_09.pdf

Veal, A. J. (2006). *Research methods for leisure and tourism – a practical guide*. Reino Unido: Editora Pearson Education

Sitografia:

<http://www.cpf.pt/funcoes.htm>, 02/09/2012

<http://www.cpf.pt/historia.htm>, 02/09/2012

<http://www.cpf.pt/edificio.htm>, 03/09/2012

<http://www.cpf.pt/faq.htm#p13>, 06/09/2012

http://www.cpf.pt/dest_SWorkCPF.htm, 12/09/2012

http://www.cpf.pt/dest_VisitasCPF2012.htm, 12/09/2012

<http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/revue/pumus>, 11/12/2012

Índice de figuras

Gráfico 2.1 -Organigrama funcional dos departamentos e respetivo pessoal do Centro Português de Fotografia...9
Tabela 2.2- Organização de uma visita guiada e conteúdos abordados...10-11
Gráfico 4.1 - Sexo dos visitantes do Centro Português de Fotografia...26
Gráfico 4.2 - Idade dos visitantes do Centro Português de Fotografia..26
Gráfico 2.3 - Idade dos visitantes por sexo (%)...27
Gráfico 4.4 - Estado civil dos visitantes do Centro Português de Fotografia (%)...28
Gráfico 4.5 - Residência habitual dos visitantes do Centro Português de Fotografia (%)...29
Gráfico 4.6 - Nacionalidade dos visitantes ao Centro Português de Fotografia (%)...29
Gráfico 4.7 - Nível de escolaridade dos visitantes do Centro Português de Fotografia (%)...30
Gráfico 4.8 - Nível de escolaridade dos visitantes por grupo etário (%)...31
Gráfico 4.9 - Estatuto profissional dos visitantes do Centro Português de Fotografia (%)...32
Gráfico 4.10 - Última visita ao Centro Português de Fotografia (%)...33
Gráfico 4.11 - Última visita ao Centro Português de Fotografia – Frequência (%)...33
Gráfico 4.12 - Tipo de visitas feitas pelos visitantes ao Centro Português de Fotografia (%)...34
Gráfico 4.13 - Tipo de acompanhantes da visita ao Centro Português de Fotografia (%)...34
Gráfico 4.14 - Tipo de transporte utilizado pelos visitantes para se deslocarem ao Centro Português de Fotografia (%)...35
Tabela 4.15 - Residência habitual dos visitantes por meio de transporte (%)...35-36
Tabela 4.16 - Meio de conhecimento de existência do Centro Português de Fotografia (%)...37
Tabela 4.17 - Razões para a visita ao Centro Português de Fotografia (%)...38
Gráfico 4.18 - Aspetos referentes às valências do Centro Português de Fotografia...39
Gráfico 4.19- Exposição temporária de que gostou mais (%)...42
Gráfico 4.20 - Exposição temporária de que gostou menos (%)...42
Gráfico 4.21 - Retorno ao Centro Português de Fotografia (%)...43
Gráfico 4.22 - Valor razoável para entrada paga no Centro Português de Fotografia (%)...44

Gráfico 4.23 - Recomendação da visita (%)...45

Tabela 4.24 - Análise de conteúdo das sugestões de visitantes (%)...45

Gráfico 4.25- Sexo dos visitantes do Centro Português de Fotografia (%)...47

Gráfico 4.26 - - Nacionalidade dos visitantes do Centro Português de Fotografia (%)...47

Gráfico 4.27 - Disponibilidade dos visitantes do Centro Português de Fotografia de pagar um euro para visitar o edifício (%)...48

Gráfico 4.28 - Correlação entre a nacionalidade/sexo dos visitantes e a disponibilidade para pagar um euro para visitar o Centro Português de Fotografia (%)...48

Tabela 6.1 – Critérios da autoavaliação e apreciação crítica...50-53