

R E L A T Ó R I O S T É C N I C O S

Nº 01/90

PERFIL DE VISITANTES
DE MUSEUS

ENCE/IBGE/SEPLAN:

KAIZŌ IWAKAMI BELTRÃO (Orientador)

ANGELA CARUSO PEREIRA

CHRISTINE GUIMARÃES THOMAZ PEREIRA

MARIA JUSTINA MONTES NUNES CAROLLO

ANDRÉ NUÑEZ VIÉGAS

FUNDAÇÃO NACIONAL PRÓ-MEMÓRIA/SPHAN:

ELIANE PSZCZOL

MARCIA SARAIVA LEON

ROSANE MARIA DA ROCHA CARVALHO

LUIS SERGIO BITTENCOURT (Programador Visual)

RIO DE JANEIRO

ABRIL/90

GE 000 10097-4

IBGE - CDDI/GEDOC
REDE DE BIBLIOTECAS
N.º de Reg: <u>887</u>
Data: <u>6/6/90</u>

31(047.3)

R382n

1/90

As matérias publicadas nos RELATÓRIOS TÉCNICOS são preprints, com tiragens limitadas, de trabalhos elaborados por professores da ENCE, em complementação a suas atividades de ensino, com ênfase para as pesquisas realizadas no Laboratório de Estatística da Escola.

ÍNDICE

I – Introdução (Proposta)

II – Teste Piloto (Aplicação)

II.1 – Descrição

II.2 – Chegada de Visitantes

II.3 – Controle de Qualidade dos Questionários

II.4 – Controle de Entrada de Dados

II.5 – Resultados

II.5.a – Testes Feitos para Definir Grupamentos nas Tabulações

II.5.b – Alguns Dados Colhidos pelo Teste Piloto

III – Propostas de Reformulação

III.1 – Modificações Sugeridas para o Questionário de Brasileiros e suas Justificativas

III.2 – Modificações Sugeridas para o Questionário de Estrangeiros e suas Justificativas

IV – Conclusões

Anexos

Anexo A – Projeto: Perfil de Visitante de Museu

Anexo B – Questionários Originais

Anexo C – Folheto Explicativo

Anexo D – Questionário Modificado e Questionário Proposto

Anexo E – Modelo de Folha de Coleta

Anexo F – Modelo de Folha de Controle de Grupos

Anexo G – Manual do Entrevistador

Anexo H – Manual do Supervisor

I – Introdução

A Secretaria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional e a Fundação Nacional Pró-Memória, instituições subordinadas ao Ministério da Cultura, trabalham juntas na descoberta, identificação, levantamento, registro, proteção, preservação e revitalização do patrimônio cultural e natural da nação brasileira.

As responsabilidades da SPHAN/Pró-Memória abrangem, portanto, um horizonte amplo e variado. Suas atribuições incluem desde cuidar de bens tombados até promover estudos e pesquisas para a definição do que é ou não característico de nossa cultura – a cultura brasileira – a fim de proteger e divulgar essas manifestações.

No elenco de atribuições da SPHAN/Pró-Memória, assume importância a manutenção, através do suprimento dos necessários recursos técnicos, financeiros e administrativos, de uma série de instituições de cunho cultural, histórico ou científico cuja existência enriquece e dinamiza o panorama cultural do país. São museus nacionais e regionais, casas e monumentos que nos contam, por si sós ou por meio de seus acervos, fragmentos importantes de nossa história – remota ou recente – e das vidas e obras de alguns de seus personagens.

Visando uma maior integração à comunidade e a adequação do uso dos museus no Brasil, a Pró-Memória formulou um projeto de pesquisa para o levantamento do perfil dos visitantes dos museus (ver Anexo A).

Os principais objetivos da pesquisa são:

- * Distinguir os vários tipos de museus, criando uma tipologia, o que será importante para a correta interpretação dos dados levantados;
- * Traçar, de forma sistemática, o perfil dos visitantes de museus brasileiros, caracterizando em separado visitantes brasileiros e estrangeiros;
- * Detectar o perfil do visitante específico a cada tipo de museu, caso exista esta tendência;
- * Definir, por exclusão, a faixa de público que os museus não atendem;
- * Comparar o perfil de visitantes de museus de Estados ou Regiões distintos entre si.

A partir do projeto da Fundação Pró-Memória: "Perfil de Visitante de Museu" (cf. Anexo A), e da demanda da Fundação junto a Escola Nacional de Ciências Estatísticas/IBGE de um apoio estatístico, surgiu a idéia de se fazer um projeto conjunto.

Este projeto previu a análise e aplicação de questionários, tabulação e análise de dados obtidos em um teste piloto, sugestões para aplicação em outros Museus e um manual do entrevistador.

Este relatório pretende descrever todas as fases envolvidas no projeto.

No Capítulo II descrevemos a fase inicial da pesquisa, o teste piloto, desde a criação do questionário até a análise dos dados, passando inclusive por controle de qualidade dos mesmos.

O objetivo dessa fase foi o de testar empiricamente três fatores essenciais ao correto desenvolvimento da pesquisa: a qualidade das perguntas elaboradas para o questionário, a validade dos procedimentos pré-estabelecidos e a adequação do treinamento dos estagiários.

Uma segunda fase aqui descrita no Capítulo III, ocorrida após a análise dos resultados obtidos com o teste piloto, compreendeu a elaboração de um "Manual do Entrevistador" e um "Manual do Supervisor", e uma revisão, que se mostrou necessária, de algumas perguntas, face as respostas encontradas no teste piloto.

O capítulo IV contém as conclusões alcançadas e nos Anexos incluímos o material utilizado e elaborado para a pesquisa, que julgamos importante.

II – Teste Piloto

II.1 Descrição

É usual antes do levantamento de uma pesquisa em larga escala, a aplicação de um teste preliminar para verificar a adequação do questionário, as necessidades de treinamento de pessoal, a possibilidade de se usar algum esquema de amostragem, etc. Denomina-se esta fase de *Teste Piloto*.

Contatos mantidos pelo pessoal da Fundação Nacional Pró-Memória com o Diretor do Museu Nacional de Belas Artes, Prof. Alcídio Mafra, confirmaram a possibilidade de se efetuar o teste piloto naquele museu. Na fase de elaboração do questionário, a equipe da Pró-Memória confeccionou uma proposta de questionário contendo as questões que foram julgadas relevantes. Esta proposta foi discutida com a equipe da ENCE, e o resultado final encontra-se no Anexo B.

Os estagiários foram treinados pela equipe da Pró-Memória para desempenhar a função de aplicadores dos questionários. Após esse treino, iniciaram-se os trabalhos no museu. O contato com o público e a aplicação dos questionários ocorreram entre os dias 26 de agosto e 2 de outubro de 1987.

O fato dos estagiários serem alunos de uma escola de estatística em muito facilitou a tarefa de tratamento dos dados, que iam sendo codificados e trabalhados a medida que os questionários eram preenchidos.

Como a proposta era de levantar informações tanto junto aos brasileiros como junto a turistas estrangeiros, os questionários foram elaborados em vários idiomas. Para facilitar a distribuição e o controle, a cada idioma correspondeu uma cor de questionário:

- * Português na cor branca;
- * Inglês na cor azul;
- * Francês na cor verde;
- * Espanhol na cor amarela.

Nos questionários, a primeira parte levantava informações pessoais do visitante, e a segunda, impressões sobre a visita e o museu.

Para facilitar a abordagem junto aos estrangeiros e mesmo os brasileiros, os estagiários contavam com o auxílio de folhetos que continham um texto em cada um dos idiomas (português, inglês, francês e espanhol), informando sobre o trabalho que estava sendo realizado (ver Anexo C). Este folheto era distribuído aos visitantes na entrada, mas este procedimento não se mostrou totalmente eficaz, já que parte dos visitantes não lia o folheto e chegava no final da visita, quando eram convidados a preencher o questionário, sem terem noção da existência da pesquisa que estava sendo conduzida. Constatado isto, recomendou-se aos estagiários fazerem uma pequena "preleção" sobre o projeto ao entregarem o folheto. A resposta a este procedimento foi boa.

O projeto completo (vide Anexo A) prevê a confecção de posters e camisetas para uso dos estagiários – o que facilitará, para os visitantes, a fixação da imagem da pesquisa, e para os entrevistadores a abordagem ao público.

Durante o período de coleta de dados no museu, foi realizado o controle de entrada de pessoas, efetuando-se tanto sua contagem quanto a marcação dos respectivos horários. O número de visitantes registrados pelos estagiários foi posteriormente comparado à estatística que o próprio museu mantém, com a mesma finalidade, e os dados de ambos (estagiários e museu) coincidiram.

Dessa maneira foi possível:

- * calcular o tempo médio de permanência no museu;
- * calcular o tempo médio de preenchimento dos questionários;
- * estimar a média diária de visitantes do museu;
- * elaborar tabelas de distribuição de frequência de chegada, que permitiram a confecção de gráficos determinando os horários de pico (ver Gráfico 1).

Os questionários eram preenchidos pelos próprios visitantes, com a assistência dos estagiários, sempre que solicitados.

A população-alvo foi definida como as pessoas com idade acima de 12 anos.

Quando os questionários eram devolvidos, as respostas eram imediatamente codificadas nos campos específicos localizados na parte inferior dos mesmos de modo a facilitar o trabalho de digitação.

Algumas pessoas não responderam o questionário, alegando falta de tempo (fato observado, principalmente, entre os visitantes brasileiros, nos horários entre 12 e 14 horas), ou não entendimento da língua (estrangeiros). Estes foram anotados nas folhas de coleta.

II.2 Chegada de Visitantes ao Museu

Comparando os dados da média de pessoas que visitaram o museu no período de atendimento (ver Gráfico 1), observamos três grupos distintos de visitantes:

1o) Na parte da manhã, desde a hora da abertura do museu (10:00h) até 11:30h, sendo que as mais altas frequências concentraram-se entre 10:45h e 11:00h.

Este movimento deve-se provavelmente ao fato de que algumas escolas aproveitam para realizar excursões ao museu neste período, ou mesmo pessoas que trabalham em meio expediente.

2o) A partir das 11:30h começa a elevar-se novamente o número de visitantes, fato este, talvez ocasionado pelo horário de almoço de muitos que se encontram nas vizinhanças do museu.

Convém mencionar que este museu é atípico em sua localização (no centro da cidade). Sendo assim, estas pessoas aproveitam o intervalo de almoço para visitá-lo.

Este segundo grupo de visitantes estende-se até as 14:30h.

Neste segundo período concentraram-se as maiores frequências de visitantes do museu (os picos estão nos horários de 13:30h a 14:15h). Observou-se também ser este o período onde as visitas eram de menor duração.

3o) De 14:30 em diante começa a chegar o terceiro grupo de visitantes que acredita-se sejam, na maioria, pessoas que estão em período de férias ou mesmo turistas, que aproveitaram a parte da manhã para outros afazeres.

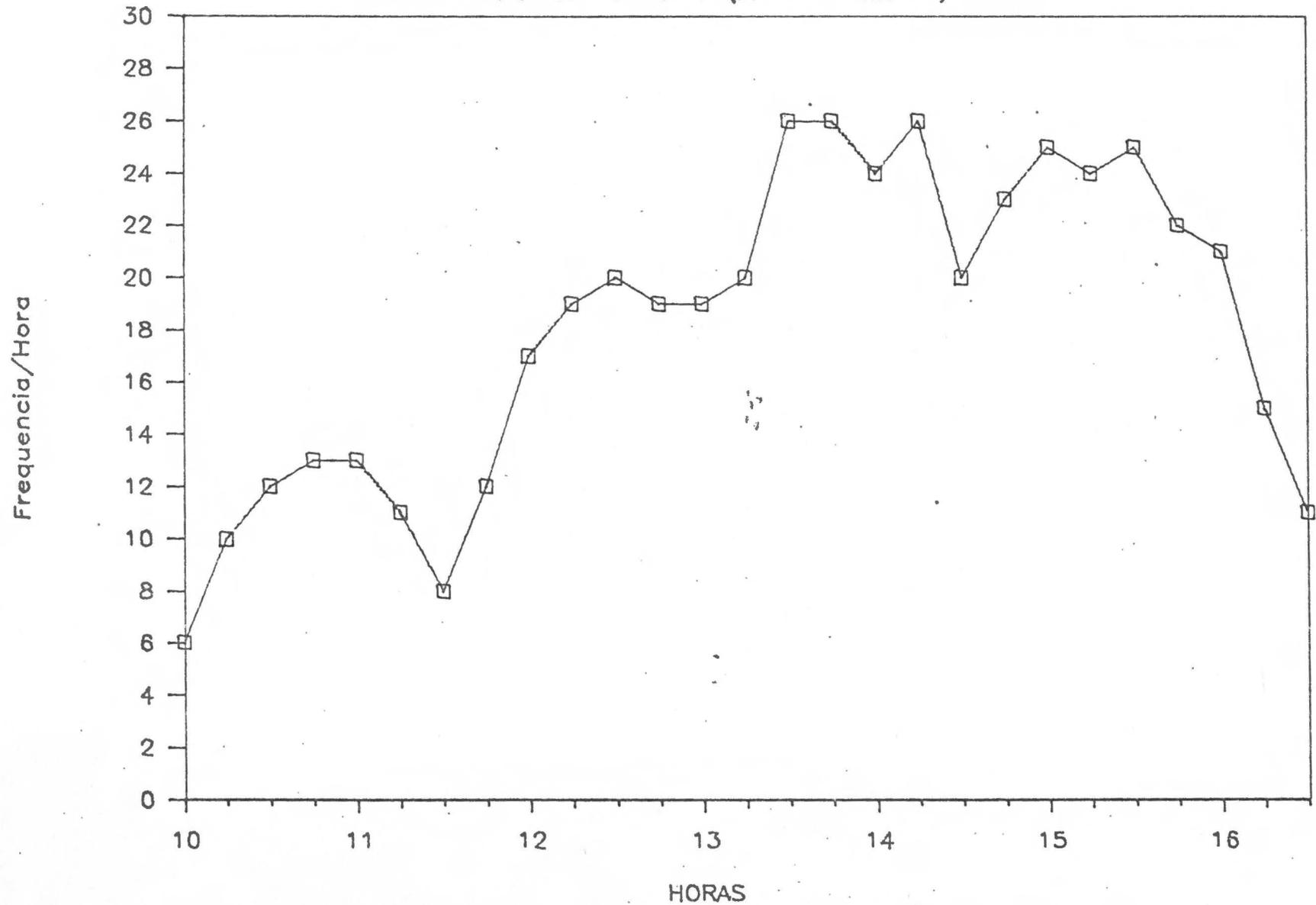
Este movimento acentuou-se entre 15:00h e 15:30h, e a partir daí, começava a sofrer uma queda, decorrente do horário de fechamento do museu.

Seria interessante que a informação da hora de chegada do visitante ao museu fosse digitada, para podermos fazer cruzamentos, levando este dado em conta. É bem possível que os diferentes grupos tenham características bem específicas, além das aventadas aqui.

Gráfico 1
Gráfico 1

CHEGADA DE VISITANTES AO MUSEU

VISITANTES POR HORA (DADO SUAVIZADO)



II.3 Controle de Qualidade dos Questionários

Parte do grupo de estagiários foi treinada para fazer o controle de qualidade da codificação das respostas e eventual retificação dos erros. Este procedimento, feito por amostragem, assegurou um nível de qualidade satisfatório aos resultados obtidos.

Num primeiro passo, todos os questionários das duas primeiras semanas foram revistos, para se ter uma idéia dos erros de codificação. A percentagem de questionários apresentando erros de transcrição na folha de codificação foi mensurado para termos uma medida pontual desta percentagem. Para haver um controle por grupo, o procedimento foi repetido em separado para os questionários coletados no período da manhã e da tarde. Dos 618 questionários revistos, 70 apresentaram erro de transcrição, perfazendo a fração de 11,32% não corretos. Acharmos que esta percentagem alta foi devida a não-familiaridade do pessoal aos procedimentos. Utilizamos, de qualquer forma, a estimativa para definir o tamanho de uma amostra que garantisse uma percentagem de, no máximo, 5% de erros, o que consideramos um nível aceitável. A fração amostral f , que é revisada a cada nova estimativa da percentagem de questionários errados, satisfaz

$$(1 - f)P\{\text{questionários errados}\} = P\{\text{nível aceitável de erros}\}.$$

Para a primeira amostra, a fração amostral foi calculada como

$$(1 - f)(0,1132) = 0,05 \Rightarrow f = 0,558,$$

e foi sistemática. De cada 10 questionários, consideravam-se os 6 primeiros para verificação.

Para esta amostra, 411 questionários foram revistos, e 6 considerados errados. A estimativa pontual de erro foi, então,

$$6/411 = 0,01459,$$

confirmando a suspeita inicial de que a alta percentagem de erros no primeiro lote foi devido a não-familiaridade do pessoal envolvido com os procedimentos.

Decidimos também, mudar o nível de qualidade a ser alcançado de 5% para 1% de erros, o que levou a uma fração de amostragem de

$$(1 - f)(0,1132) = 0,01 \Rightarrow f = 0,314.$$

Repetimos mais uma vez o procedimento, e dos 50 questionários revisados (chegou-se ao fim do período de coleta de dados) só um apresentou erro, indicando uma percentagem de erro de

$$1/50 = 0,02.$$

II.4 Controle de Entrada de Dados

Após o controle de qualidade dos questionários, as respostas eram digitadas num dos quatro arquivos criados no computador do IBGE, de acordo com a seguinte classificação:

- * **Manhã B:** para questionários em português aplicados no período da manhã;
- * **Manhã E:** para questionários estrangeiros aplicados no período da manhã;
- * **Tarde B:** para questionários em português aplicados no período da tarde;
- * **Tarde E:** para questionários estrangeiros aplicados no período da tarde.

Nesta introdução dos dados nos arquivos, também foi feito um controle de qualidade que, tanto para a codificação das respostas nos questionários, como na introdução dos dados nos arquivos, visou a correção de erros neles encontrados.

No primeiro programa elaborado foi utilizado o "PROC FREQ" do pacote SAS (Statistical Analysis System) onde são impressos os diversos valores que a variável pode assumir. Após isto, as listagens foram novamente examinadas, em busca de possíveis valores inexistentes, que, porventura, possam ter passado pelo controle de qualidade.

Ex.: Variável A (sexo)

valores possíveis:

1 (um) ⇒ Feminino

2 (dois) ⇒ Masculino

valor encontrado:

3 (três) ou outro qualquer

No passo seguinte, utilizando tabulações cruzadas das variáveis duas a duas, verificamos os dados inconsistentes, como, por exemplo, uma pessoa com idade entre 15 e 19 anos na pós-graduação. Decidimos pela verificação desses dados nos questionários, mas não podíamos modificá-los. Como parte do procedimento de verificação de consistência dos dados, sugerimos para a operacionalização da pesquisa que se faça alguma decisão *a priori*, para que se observe os tipos de dados inconsistentes que aparecem e suas frequências.

II.5 Resultados

Foram feitas tabelas individuais para cada pergunta, e, também, tabelas com cruzamentos entre perguntas, para facilitar conclusões.

Como algumas classes eram muito rarefeitas (por exemplo, os grupos etários mais altos), alguns grupamentos foram feitos, para apresentar as tabulações.

Note que, apesar de alguns destes cruzamentos e grupamentos serem pertinentes para o país como um todo, outros (como grupamentos de região de origem) devem ser reconsiderados, dependendo da localização do museu.

Para definir os grupamentos, foram feitos testes, com a finalidade de checar se os resultados eram estatisticamente diferentes, dentro de cada sub-classe.

Convém lembrar que os resultados refletem o mês de Outubro de 1987, no Museu Nacional de Belas Artes, não podendo ser generalizado para outros meses (pois existe uma sazonalidade nas visitas), ou outros museus. Serve, porém, como exemplo do tipo de informações que podem ser coletadas.

II.5.a Testes feitos para definir grupamentos nas tabulações

1 - Questionários Brasileiros:

De acordo com os testes de Qui-quadrados realizados para testar o grupamento de algumas variáveis, como B (idade), I (quanto tempo reside nesta cidade), M (duração da visita), N (como ficou sabendo a respeito deste museu), T (opinião sobre o museu), GG (estados), podemos observar o seguinte:

* No cruzamento B com I, o primeiro foi aceito, ou seja, pessoas com idades entre "50 a 59" e "60 ou mais" podem ser juntadas em um único grupo. Porém, com a variável I ocorre o contrário, havendo, assim, a impossibilidade de grupar uma pessoa que mora a menos de um ano com outra que reside a mais de dez anos;

* Na tabela Q por I, "Há quanto tempo reside nesta cidade?", confrontando com "Quantas vezes já visitou este museu?", a hipótese do grupamento foi aceita, repetindo o mesmo fato na I por P;

* No grupamento de Estados por Regiões, observou-se que nas Regiões Norte, Nordeste, Centro-Oeste e Sudeste, aceita-se a hipótese de grupá-los, só não aceitando para a Região Sul. Todas essas regiões foram observadas com a variável H (por que se encontra nesta cidade);

* No cruzamento H por N, também foi aceita a hipótese de se juntar "agência turística" com "propaganda turística", em confronto com O (motivo que o faz estar nesta cidade);

* Na tabela S por T, houveram dois grupamentos: o primeiro foi "muito desapontado" grupando com "pouco desapontado"; o segundo foi "razoavelmente satisfeito" com "muito satisfeito", e o que se pode observar é que, em ambos os grupamentos, a hipótese foi aceita. Estas foram confrontadas com a frequência do museu;

* No grupamento da pergunta "Por que veio ao museu hoje?" com "Opinião sobre o museu", também foram feitos dois grupamentos, ambos sendo aceitos;

* Confrontando "Duração da visita" com "Motivo que veio ao museu hoje", foi aceita a hipótese de se juntar "duas a três horas" com "mais de quatro horas", porém o mesmo não ocorre com "até uma hora" e "de uma a duas horas", pois, neste caso, não foi aceita a hipótese do grupamento;

* Na tabela S por N, "Tempo de duração da visita" com "Frequência com que já visitou algum outro museu", ambas hipóteses foram aceitas: a de se agrupar "até uma

hora" com "de uma a duas horas" e a de "de duas a três horas" com "mais de quatro horas".

O teste do grupamento de idade (foi testada a hipótese de se juntar pessoas com idades entre 50 e 59 anos, com outras com mais de 60 anos) foi realizado com várias variáveis, a saber:

1^o com "Sexo": hipótese aceita;

2^o com "Ocupação atual do entrevistado": hipótese rejeitada;

3^o com "Frequência com que vai a museus": hipótese aceita;

4^o com "Frequência com que vai a cinemas": hipótese aceita;

5^o com "Frequência com que vai a teatros": hipótese aceita;

6^o com "Frequência com que vai a concertos": hipótese aceita;

7^o com "Vai à galerias de arte?": hipótese aceita;

8^o com "Vai ao Jardim Zoológico ou Jardim Botânico?": hipótese aceita;

9^o com "Vai à exposições culturais ou feiras?": hipótese aceita.

10^o com "Frequenta festas populares?": hipótese aceita;

11^o com "Fica em casa lendo livros ou escutando música?": hipótese aceita;

12^o com "Existe um outro motivo do entrevistado optar por atividades culturais?":

hipótese aceita.

2 - Questionários em Língua Estrangeira:

Foram realizados testes de Qui-quadrados para poder verificar se algumas classes não seriam estatisticamente discerníveis de outras, e poder-se-ia, então, agrupá-las.

Para a pergunta B (Idade), cruzando com as variáveis de opções de lazer, verificou-se a hipótese dos grupos "50 a 59" e "60 ou mais" não serem diferenciáveis entre si, a saber:

- 01 - vai a museus;
- 02 - vai a cinemas;
- 03 - vai a teatros;
- 04 - vai a concertos;
- 05 - vai a galerias de arte;
- 06 - vai a Jardim Zoológico ou Jardim Botânico;
- 07 - vai a exposições ou feiras;
- 08 - fica em casa lendo ou escutando música;
- 09 - outros,

todos foram aceitos, ou seja, aceita-se a hipótese de se grupar "50 a 59" com "60 ou mais".

Ainda no cruzamento de B com outras variáveis, temos:

* Com D (Escolaridade), foram agrupados pessoas de nível universitário e pós-graduação, e observou-se que a hipótese nula foi rejeitada, o mesmo não ocorrendo com o grupamento das idades;

* Com EE (Ocupação), I (Como soube do museu?), H (Tempo gasto na visita), J (Qual o motivo da visita?), N (Já visitou algum outro museu?), O (Qual a sua opinião sobre este museu?), P (Você acha que deve ser cobrado ingresso neste museu?), e foi observado que as hipóteses de se agruparem idades foram todas aceitas;

* No cruzamento com CC (Países), aceita-se a hipótese de se grupar as idades, porém, rejeita-se a hipótese nula de se grupar as faixas 9, 10, 13, 14 e 15 na variável CC.

* Com as variáveis CC contra F, nota-se que a hipótese é aceita nas faixas 9, 10, 13, 14 e 15 dos países.

II.5.b Alguns Dados Colhidos pelo Teste Piloto

1. Do total de visitantes do Museu Nacional de Belas Artes, foram entrevistadas 1181 pessoas, das quais 79% em língua portuguesa (931 pessoas) e o restante em idiomas estrangeiros (250 pessoas). Vale ressaltar que nem todos os visitantes foram abordados, e que destes, nem todos concordaram em responder ao questionário.

2. Dos visitantes entrevistados em língua portuguesa, 53,2% são homens e 46,8% mulheres, indicando uma razão de masculinidade igual a 1,14 (homens/mulheres), que é maior do que 1, quando na população brasileira ela é 0,99. No caso dos questionários em idiomas estrangeiros, 60% foram respondidos por homens e 40% por mulheres.

A população feminina é maior que a masculina no mundo todo. A frequência por sexo observada pode indicar, entre os estrangeiros, que homens viajaram mais para o Brasil (se os turistas que vão a museus formam uma amostra não-viciada dos turistas em geral). Entre os brasileiros, pode ser fruto, dada a localização do museu e a parte do público que trabalha nas cercanias, da maior taxa de atividade econômica entre homens do que entre mulheres (72,4% para homens e 26,64% para mulheres – nas idades laborais de 15 a 65 anos).

Existe a possibilidade de que museus longe de áreas comerciais sejam visitados por uma proporção maior de mulheres pela mesma razão (menor taxa de atividade econômica feminina).

Os exemplos a seguir referem-se aos visitantes de língua portuguesa, que representam a maioria, e que definem o perfil de um importante segmento dentro do público total:

3. A faixa etária que visitou o museu com mais frequência está contida no segmento entre 20 e 29 anos (37,7%), seguido dos de 15 a 19 (26,4%).

4. Quanto à escolaridade, a maior frequência de visitação refere-se ao pessoal de nível superior (46,9%), seguido do 2º grau (36,7%).

5. Em relação a ocupação, a maior incidência recai na categoria de estudantes (38,4%), seguida da de profissional liberal (14,8%). Ao fazer o cruzamento da escolaridade com a ocupação dos visitantes, verificou-se novamente que os estudantes são a categoria ocupacional que mais visita o museu, sendo os de 2º grau majoritários (18,3%), vindo a seguir os de nível superior (13,7%).

6. Do total das pessoas que responderam à pergunta "Por que veio ao museu hoje?" (904), o maior percentual de resposta concentrou-se na opção "lazer" (46,9%), seguida, com uma diferença significativa, de "busca de informação específica" (13,5%) e de "visita escolar" (12,6%).

7. Outro dado bastante expressivo foi quanto a duração da visita. Observou-se uma tendência maciça dos visitantes permanecerem no máximo até duas horas no museu (91,2%), sendo que, deste total, a grande maioria (62,7%) permanece, no máximo, uma hora.

OBS.: Isto difere significativamente do comportamento dos visitantes estrangeiros, que em sua maioria (57,8%) permanecem mais tempo (de uma a duas horas) dentro do museu.

8. Outro dado importante é que; dos 89,3% que já visitou outro museu, a grande maioria ficou satisfeita com este (46,7% muito satisfeito e 37,8% razoavelmente satisfeito).

Sobre os estrangeiros, observamos o seguinte:

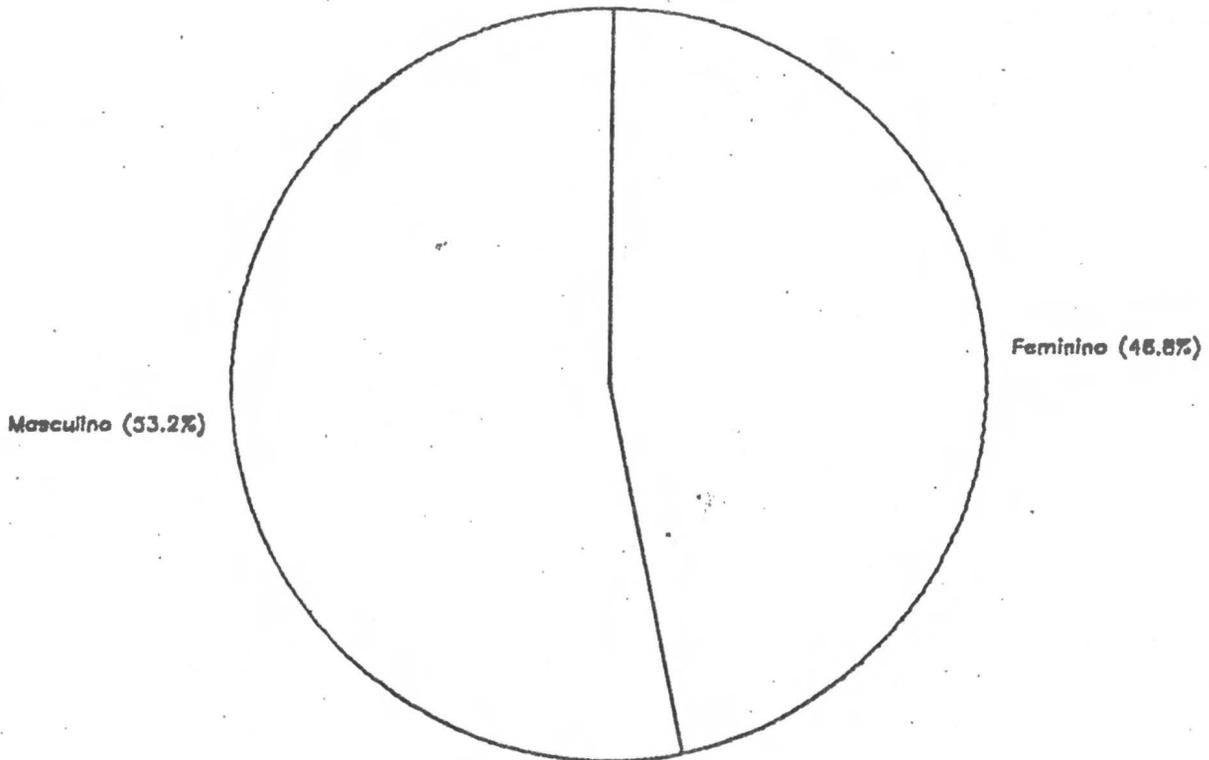
1. Não há nenhum estrangeiro, que tenha visitado o museu, na faixa etária de "menos de 14 anos", é somente 3,20% tinham entre "15 a 19 anos".

2. A maioria das mulheres estrangeiras se apresenta na faixa etária de "20 a 29 anos" e possuem o nível de escolaridade equivalente à graduação (27,06%), o mesmo acontecendo com os homens (20%). Há, também, um considerável número de mulheres entre 30 e 39 anos que possuem pós-graduação (20%). O mesmo fato se dá com os visitantes do sexo masculino (19,20%).

3. Os Estados Unidos foi o país mais representado, com 22,80%, seguido da Alemanha (16,40%) e França (12,40%). A América do Sul toda ficou com somente 14,40%. Isto mostra que existe uma seletividade entre os turistas estrangeiros para a visita, já que, segundo os dados do Anuário Estatístico/IBGE para o ano da pesquisa, a distribuição de entrada no país foi 13,06% para os EUA, 4,79% para a Alemanha, 3,28% para a França e 53,24% para a América do Sul. Os turistas sul-americanos, apesar de representarem mais da metade do fluxo anual de turistas no país, não chegam a 15% dos visitantes estrangeiros no Museu de Belas Artes. Como a maior parte dos estrangeiros *não* respondeu a pergunta sobre "como soube da existência do museu" (213 pessoas), fica difícil pensar numa forma de atingí-los de uma maneira mais eficaz.

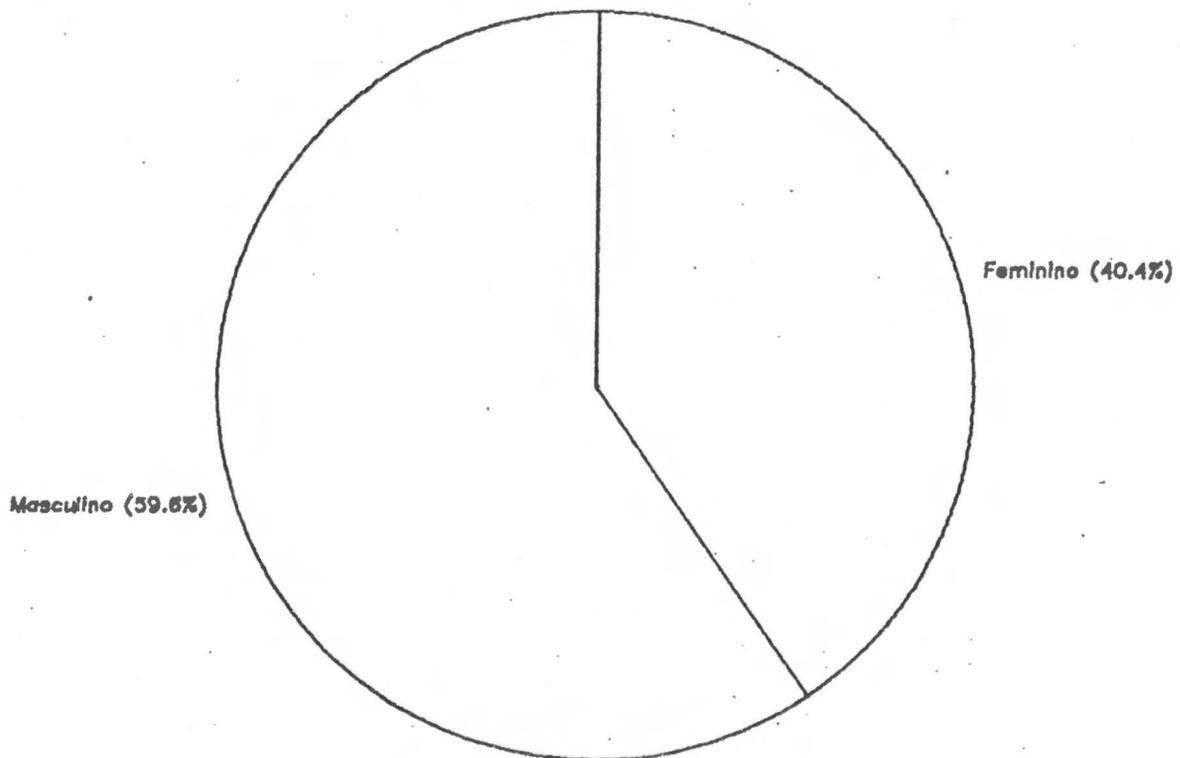
DIST. DA VISIT. POR SEXO

TOTAL - BRASILEIROS

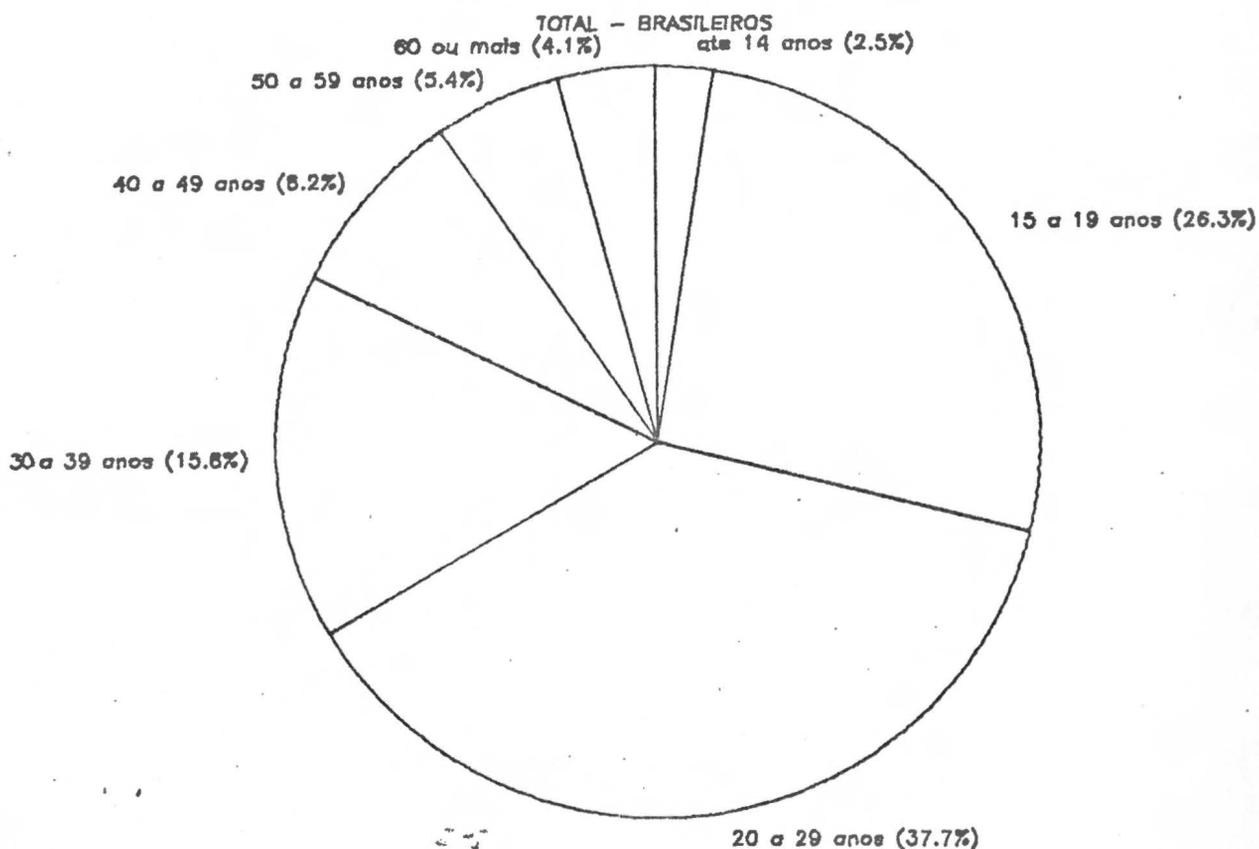


DIST. DA VISIT. POR SEXO

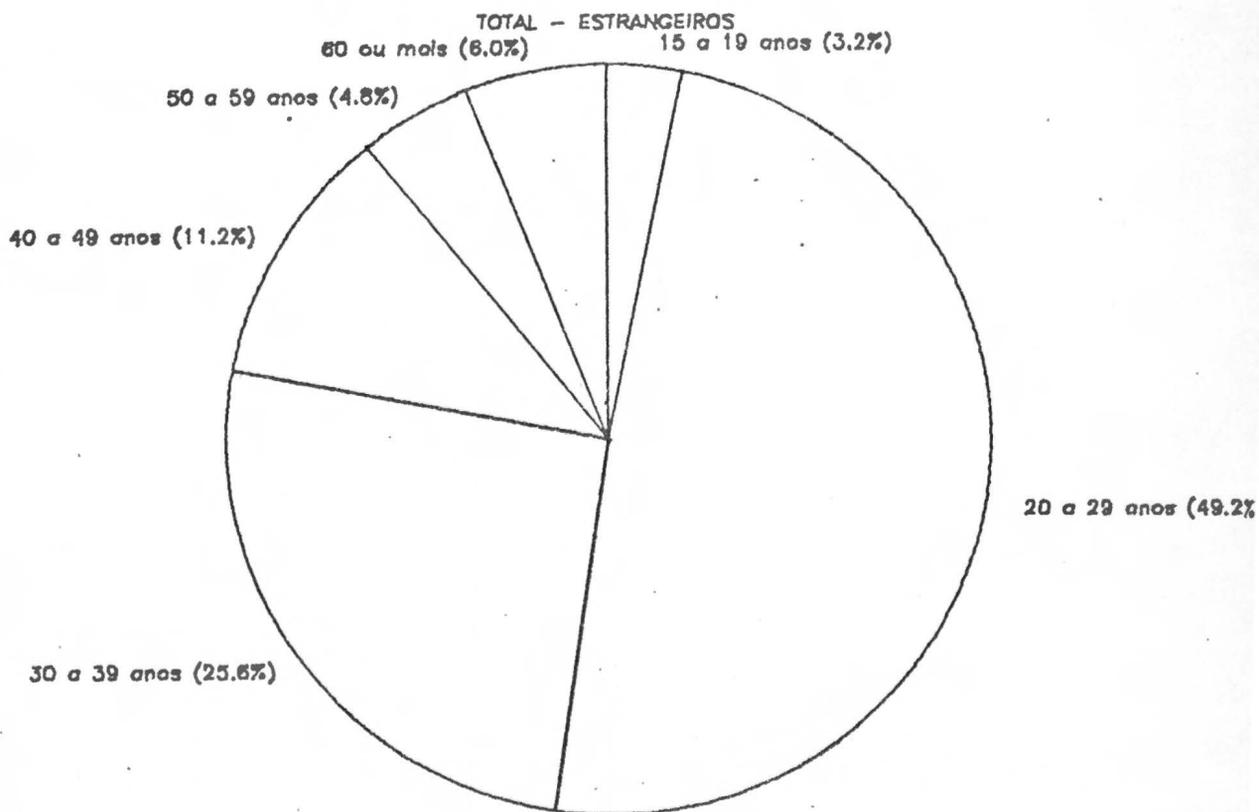
TOTAL - ESTRANGEIROS



DIST. DA VISIT. POR IDADE



DIST. DA VISIT. POR IDADE

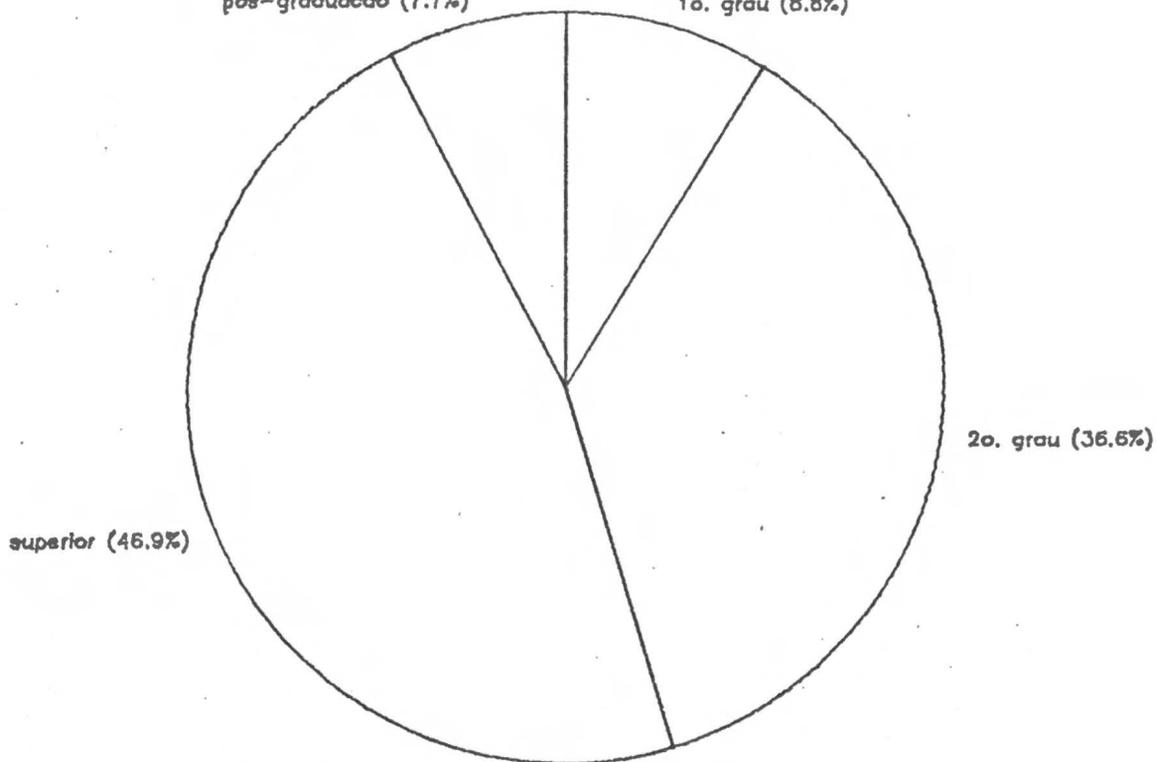


DIST. DA VISIT. POR ESCOLARIDADE

TOTAL - BRASILEIROS

pos-graduacao (7.7%)

1o. grau (8.8%)

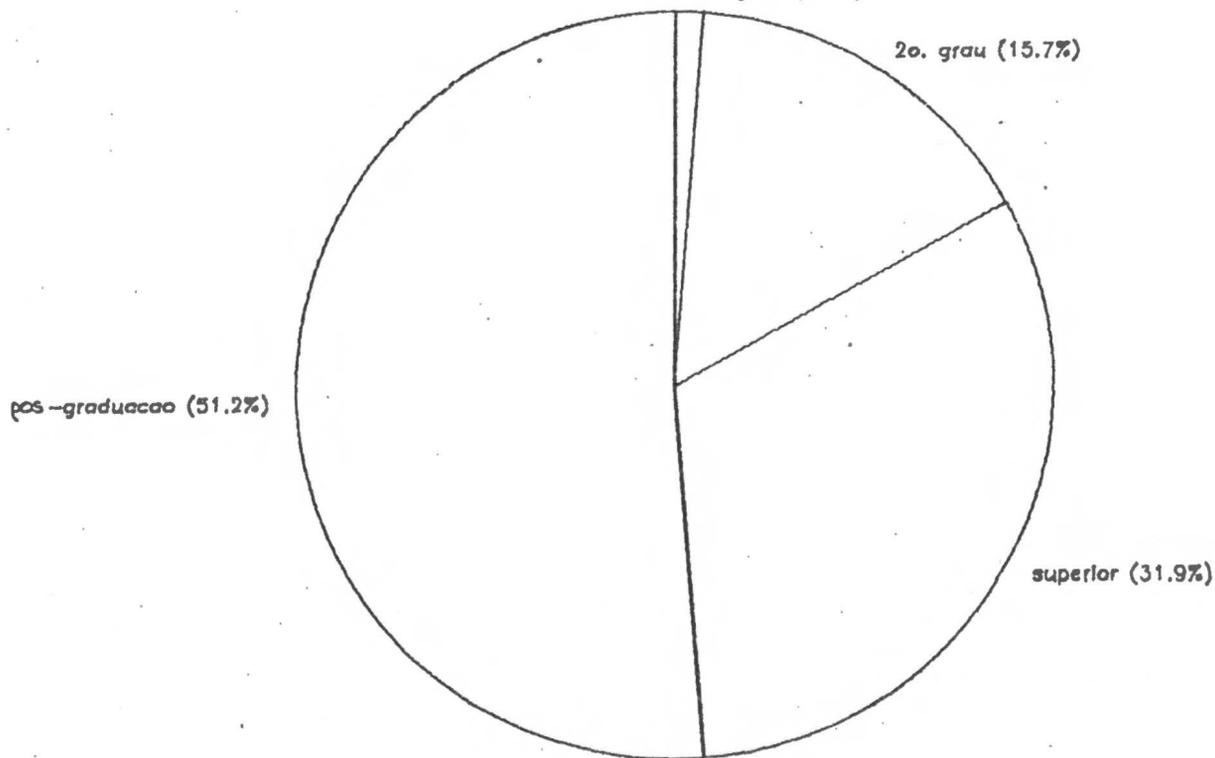


DIST. DA VISIT. POR ESCOLARIDADE

TOTAL - ESTRANGEIROS

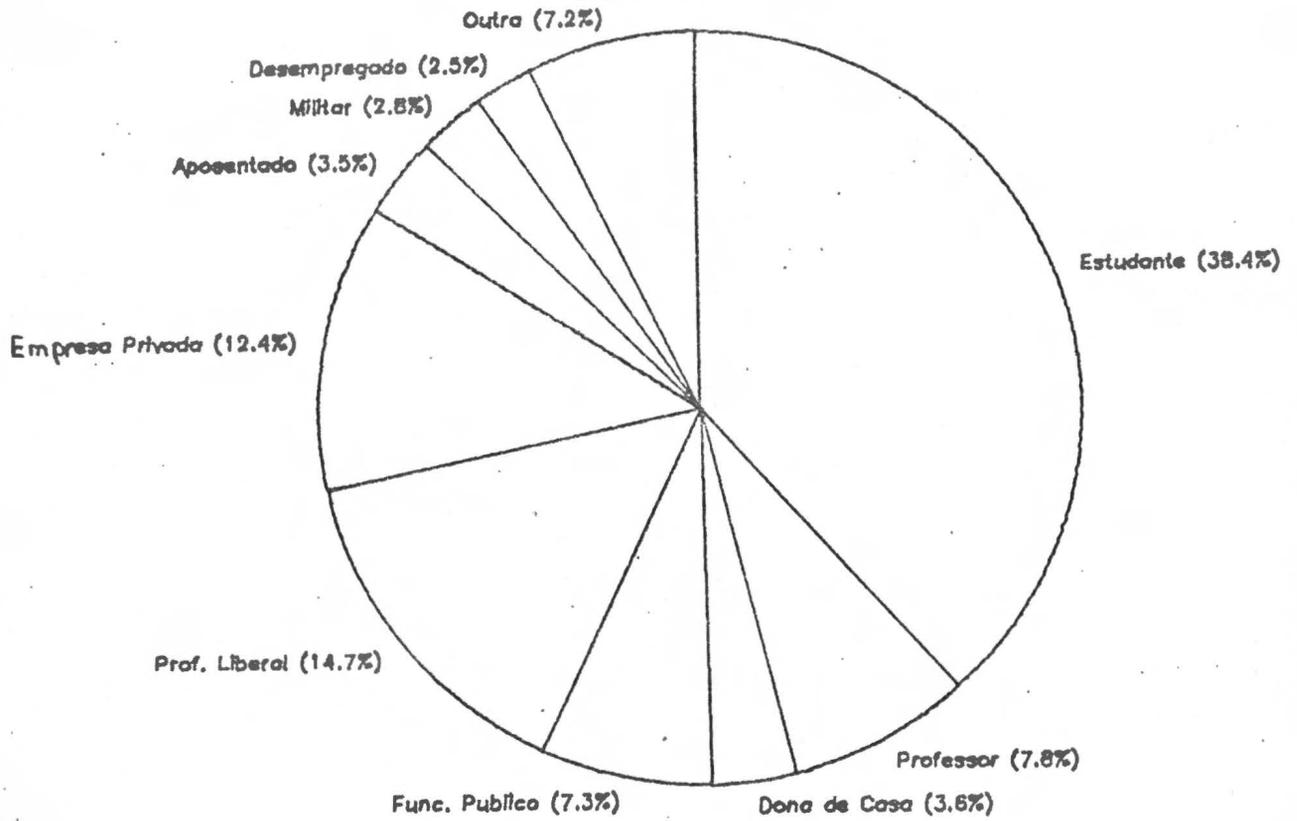
1o. grau (1.2%)

2o. grau (15.7%)



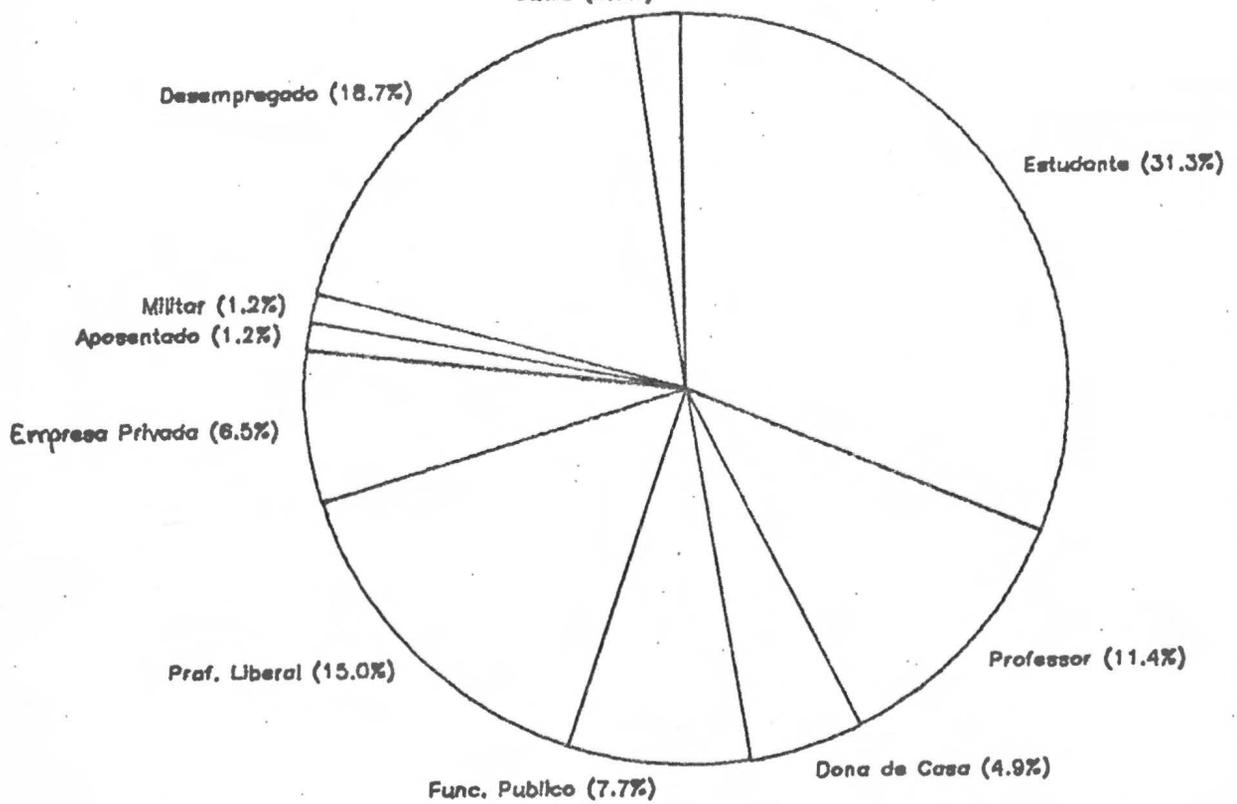
DIST. DA VISIT. POR OCUPACAO

TOTAL - BRASILEIROS



DIST. DA VISIT. POR OCUPACAO

TOTAL - ESTRANGEIROS



Estes são somente alguns exemplos do tipo de dados que podem ser obtidos com a pesquisa. Várias outras informações importantes são também levantadas, como:

- * As atividades culturais que os visitantes privilegiam;
- * O motivo da visita;
- * Como chegaram ao museu;
- * Como ficaram sabendo a respeito dele, etc.

Todos estes dados foram registrados em listagens, sob a forma de tabulações ou de gráficos, com valores absolutos e relativos, tanto no caso da população de língua portuguesa quanto de idiomas estrangeiros. Este material poderá ser adquirido mediante o intercâmbio com:

Escola Nacional de Ciências Estatísticas - ENCE

Laboratório de Estatística

Rua André Cavalcanti, 106 - 4º andar

III – Propostas de Reformulação do Questionário

Um primeiro passo foi verificar se pequenas modificações no questionário original seriam suficientes para sanar os problemas encontrados no Teste Piloto.

Foi feito um estudo do questionário original (Anexo B) e das tabelas de frequência dos diversos quesitos que levaram a reformulações preliminares de perguntas e opções de respostas (Anexo D), a fim de que mais se adequassem aos objetivos pretendidos pela pesquisa. Foram criadas folhas suplementares de coleta de dados (Anexos E e F) com a finalidade de avaliar a frequência de visitantes, inclusive segundo as condições meteorológicas (que parece ser um fator que influencia a visita, principalmente para os visitantes estrangeiros, conforme foi atestado na pesquisa piloto) e os diversos horários disponíveis à visita. Este procedimento deve, também, propiciar informações sobre a origem e a frequência de grupos que visitam os museus brasileiros.

Confirmou-se a importância do treinamento, de forma a envolver os estagiários nos objetivos da pesquisa, e dotá-los dos conhecimentos necessários ao seu bom desempenho. Além do treinamento, chegou-se a conclusão que um "Manual do Entrevistador" seria necessário para orientar o pessoal envolvido no levantamento das informações e uniformizar o tratamento de todos os museus eventualmente envolvidos na pesquisa. Criaram-se, então, os manuais do entrevistador (Anexo G) e do supervisor (Anexo H), elaborados de tal modo que contivessem as informações necessárias para que a pesquisa pudesse ser desenvolvida de maneira auto-suficiente, quaisquer que fossem as disponibilidades de recursos de pessoal para o treinamento em cada museu. Esta medida visa uma melhor qualidade dos dados a serem analisados e um melhor desempenho na condução da pesquisa. Realizou-se o pré-teste do questionário reformulado, escolhendo-se o mesmo museu anteriormente pesquisado, ou seja, o Museu Nacional de Belas Artes, permitindo, assim, que fossem feitas comparações entre os dois questionários.

Mais dois estagiários da ENCE foram utilizados como entrevistadores, e alunas do curso de pós-graduação em amostragem como supervisoras. Esta parte da pesquisa foi elaborada como trabalho de final de curso destas alunas.

O procedimento da entrevista foi o mesmo adotado na realização anterior da pesquisa, isto é, o entrevistado respondia de próprio punho o questionário, havendo interferência do entrevistador somente quando solicitado.

A pesquisa foi realizada e observou-se que, apesar de terem sido sanadas algumas das dificuldades anteriormente apresentadas, outras se fizeram notar. Também foi possível detectar a dificuldade no preenchimento do questionário, requerendo, conseqüentemente, mais tempo do que necessário por parte do informante (em torno de 10 min).

Através da experiência obtida pela realização deste teste, os manuais puderam ser complementados com novas orientações, e foi caracterizada a necessidade de mudança na forma de apresentação.

III.1 Modificações Sugeridas para o Questionário de Brasileiros e suas Justificativas

Pergunta C – ESCOLARIDADE

- 1 – 1º grau incompleto (ou menos)
- 2 – 1º grau completo
- 3 – 2º grau incompleto
- 4 – 2º grau completo
- 5 – Superior incompleto
- 6 – Superior completo
- 7 – Pós-graduação

Modificação: Desdobramento de algumas opções.

Justificativa: Foi observado na pesquisa piloto um número muito grande de pessoas com escolaridade “superior” (54,6%) e também, um grande percentual de estudantes (38,4%). Isto pode significar que muitas pessoas tenham se declarado com escolaridade “superior” ou “pós-graduação” sem terem ainda terminado o curso. Com a abertura das opções, acredita-se que se poderá observar melhor o perfil do visitante em função de sua escolaridade.

Pergunta E – RENDA FAMILIAR MENSAL

- 1 – menos de 4 salários mínimos
- 2 – 5 a 9 salários mínimos
- 3 – 10 a 15 salários mínimos
- 4 – 16 a 20 salários mínimos
- 5 – acima de 20 salários mínimos

Modificação: Conceito do atributo de renda.

Justificativa: Observou-se um percentual muito elevado (38,14%) de pessoas que se declararam “sem renda própria”. Isto é coerente com o percentual de estudantes (38,44%), por exemplo. Porém, o objetivo da pesquisa é caracterizar a classe de renda dos visitantes. A reformulação da pergunta visa tentar classificar também essas pessoas que não possuem renda própria (estudantes, donas de casa, etc), mas, obviamente, pertencem a uma determinada classe econômica / social. Manteve-se a referência como sendo o salário mínimo,

por se considerar que esta seja a melhor medida na atual situação do país. Acredita-se que o valor do salário mínimo seja mais conhecido que, por exemplo, o valor de uma *BTN*. A tentativa de se medir a renda familiar (e não a remuneração) é sugerida desta forma tendo em vista a natureza da pesquisa, seus objetivos, a necessidade da flexibilidade, já que deverá ser implantada em outros Estados, e o modo como será aplicada.

Pergunta F – BAIRRO (OU DISTRITO) EM QUE RESIDE

Modificação:

Forma anterior – Bairro/Distrito

Forma atual – Bairro (ou Distrito)

Justificativa: Esta maneira de apresentar a pergunta parece mais clara, já que na pesquisa piloto houve grande dificuldade nas respostas.

Pergunta G – ESTADO / TERRITÓRIO DE RESIDÊNCIA

Modificação: Alteração nos códigos.

Justificativa: Os códigos foram alterados de acordo com os utilizados no IBGE, os quais permitem grupamento de informações por região (o 1º dígito indicando a Região, o 2º o Estado), mantendo-se os dois dígitos.

Pergunta I – HÁ QUANTO TEMPO RESIDE NESTA CIDADE?

Modificação: Reformulação dos intervalos.

Justificativa: Os intervalos de classe foram reformulados, devido às baixas frequências observadas na pesquisa piloto, em alguns dos intervalos considerados anteriormente.

Pergunta J1 – DE ONDE VEIO?

Justificativa: Como complementação às informações sobre o tempo e forma de locomoção, a pergunta foi acrescentada a fim de determinar a procedência do visitante. (se de casa, ou do trabalho, etc), com o objetivo de verificar quão facilmente a pessoa se locomove até o museu, caracterizando, eventualmente, pessoas que vão ao museu por se encontrarem nas proximidades (residência ou trabalho).

Pergunta K – QUANTO TEMPO LEVOU PARA CHEGAR ATÉ AQUI?

Justificativa: A pergunta foi modificada com o objetivo de manter uma coerência com a pergunta J1, já que o visitante pode estar vindo não somente de sua residência.

Pergunta L – EM SEU LAZER, COM QUE FREQUÊNCIA VOCÊ OPTA POR ATIVIDADES CULTURAIS?

L4 – Vai a concertos de música erudita:

L11 – Vai a shows musicais:

Justificativa: Devido à observação feita na pesquisa piloto de que um considerável número de pessoas declarou na Pergunta L10 que frequentemente ia a shows musicais, parece ser conveniente que se caracterize separadamente as duas opções.

L9 – Lê livros, escuta música ou vê vídeos em casa:

L12 – Idem, em espaços culturais:

Justificativa: Na pesquisa piloto, observou-se que na Pergunta L10 diversas pessoas especificaram a leitura em bibliotecas como atividade cultural, o que levou a sugestão de caracterizar o local em que esta atividade é realizada, acrescentando-se também o Vídeo no rol de opções.

Pergunta O – POR QUE VEIO AO MUSEU HOJE?

Justificativa: A inclusão da alternativa “a pedido de criança” tem por objetivo verificar se um número significativo de adultos vai ao museu apenas para acompanhar crianças, tornando possível ao museu direcionar um trabalho voltado à criança, como motivadora de visitas.

Pergunta Q – QUANTAS VEZES JÁ VISITOU ESTE MUSEU?

Justificativa: A separação das respostas em classes de intervalo deve melhorar a qualidade da informação, já que eliminaria dúvidas do que seria “algumas vezes” e “muitas vezes”, fornecendo um mesmo padrão nas respostas.

Pergunta U – VOCÊ ACHA QUE PODERIA SER COBRADO INGRESSO NESTE MUSEU?

Justificativa: A mudança da forma da pergunta visa a ratificação (ou não) da frequência de “NÃO” (77,59%) observada na pesquisa piloto. Espera-se que esta forma mais amena leve a um resultado menos tendencioso, dado que a palavra “dever” implica, talvez, numa obrigatoriedade, o que pode predispor a uma resposta negativa.

III.2 Modificações Sugeridas para o Questionário de Estrangeiros e suas Justificativas

Em se mantendo os questionários em língua estrangeira, serão necessárias algumas modificações para padronização. Essas modificações são referentes às seguintes perguntas:

Pergunta C – COUNTRY YOU LIVE

5 – Other country in Europe.

Which?

15 – Other country in South America.

Which?

16 – Other country in Central America.

Which?

17 – Other country in Asia.

Which?

18 – Other country in Africa.

Which?

Justificativa: Verificar uma possível mudança na procedência do visitante estrangeiro, já que no questionário original, alguns países de procedência estão grupados segundo a entrada de turistas tabulada no Anuário, podendo ocorrer uma frequência elevada nestes sub-grupos, por particularidades culturais ou interesses específicos em certos museus ou regiões.

Pergunta G – TO WHICH CULTURAL ACTIVITIES DO YOU ALLOCATE YOUR SPARE TIME?

G8 – Read books or listen to music:

Justificativa: É análoga à justificativa dada na Pergunta L9 do questionário de brasileiros.

Pergunta M – HOW LONG AGO WAS YOUR LAST VISIT TO THIS MUSEUM?

- 1 – Less then a month
- 2 – From 1 to 12 months
- 3 – More then a year ago

Justificativa: O maior número de pessoas, na amostra piloto, respondeu “less then a month”, o que sugere que estas pessoas estariam retornando ao museu em um mesmo período de estadia. Em se tratando de visitantes estrangeiros, não parece haver necessidade de uma maior divisão nas classes, baseado até mesmo nas informações da pesquisa piloto, que só apresentou frequência nas opções “menos de um mês” (50%) e “mais de um ano” (50%).

Pergunta N – HAVE YOU EVER VISITED ANOTHER MUSEUM IN BRAZIL?

- 1 – yes
- 2 – no

N1 – IN ANOTHER COUNTRY?

- 1 – yes
- 2 – no

Which?

Where?

Justificativa: Sugere-se desmembrar a pergunta “N” em duas, a fim de que se possa diferenciar as visitas feitas a museus brasileiros e estrangeiros.

Pergunta P – DO YOU THINK THE ADMISSION TO THIS MUSEUM COULD BE CHARGED?

Justificativa: É análoga à justificativa para a mudança da Pergunta “U” do questionário de brasileiros.

IV – Conclusões

As alterações feitas no questionário original vão possibilitar obter outras características e melhorar a qualidade das informações coletadas – o que será de real importância para o traçado do perfil de visitantes de museus, conforme comprovado pelas frequências observadas na pesquisa piloto. Dentro desta finalidade, decidimos investigar, através do questionário, a frequência de pessoas que são conduzidas ao museu por influência de crianças, resultado este que permitirá estabelecer, ou não, metas visando atingir esta classe especial de visitantes.

Na determinação do perfil de visitantes estrangeiros, percebemos a necessidade de caracterizar a visitação a museus brasileiros e estrangeiros, podendo assim conhecer a preferência deste visitante por esta atividade cultural.

As informações contidas nas folhas suplementares de coleta (Anexos E e F) permitirão determinar as faixas de horário e os dias da semana em que ocorrem maior frequência de visitação, sendo estas variáveis primordiais na elaboração de um plano de amostragem.

Apesar do questionário reformulado atender ao propósito da pesquisa, sugerimos sua modificação com a finalidade de diminuir o tempo de resposta por parte do entrevistado, facilitar a etapa de processamento dos dados, diminuir o índice de erros com apenas uma transcrição dos dados feita pelo entrevistador, e permitir a codificação das respostas às perguntas abertas. Este processo de codificação permitirá o uso imediato destas respostas para análise, o que anteriormente só poderia ser feito com uma consulta exaustiva dos questionários.

ANEXO A

PROJETO: Perfil de Visitantes de Museus

1. INTRODUÇÃO:

O período de transição política pelo qual vem passando o país, traz, em seu bojo, uma série de transformações que se fazem sentir em todas as esferas da vida social. Na área da Cultura, a criação do MinC deu novo alento à reflexão sobre a realidade cultural brasileira e oficializou a retomada de um programa de valorização das conquistas culturais.

Dentro deste contexto, fica visível o papel de destaque que os museus desempenham na recuperação da história nacional e das várias identidades culturais existentes no país, já que são depositários de acervos cuja importância reside justamente no fato de servirem de testemunhos de nossa história e/ou de referência para nossas identidades.

Grande parte desses museus está passando – de forma organizada ou espontânea – por um esforço de modernização que os habilite a participar de modo mais dinâmico e consistente do processo de construção da identidade brasileira. Estas iniciativas são reflexos da ênfase que o MinC vem atribuindo à necessidade de novas políticas, que retirem dos museus o estigma de estabelecimentos sem atrativos e não integrados à vida da comunidade. Daí a importância de propostas de restauração da imagem e de dinamização destas instituições, e paralelamente, de vertentes que possibilitem pesquisas e estudos que reforcem os objetivos do MinC.

2. OBJETIVOS:

Dentre as funções que cabem à Pró-Memória, destaca-se aquela que a habilita a oferecer auxílio aos órgãos vinculados à cultura nacional, no sentido de criar melhores condições para seu desempenho e funcionamento.

Dentro desta perspectiva, a pesquisa que ora propomos pretende dotar os museus de parâmetros de avaliação coletados de forma científica, o que lhes possibilitará análises mais consistentes e, conseqüentemente, repercutirá em sua maior integração tanto na comunidade imediata na qual estão inseridos quanto, em sentido mais amplo, na vida cultural do país.

Para tanto, a pesquisa tem como objetivos:

- distinguir os vários tipos de museus em tipologias diferentes quanto a tamanho, tipo de acervo, localização geográfica, etc., o que será essencial para a correta interpretação dos dados levantados.

próMemória

- traçar, de forma sistemática, o perfil dos visitantes de museus brasileiros, sejam eles habitantes da cidade onde estas casas estão localizadas, turistas nacionais ou mesmo turistas estrangeiros.
- detectar o perfil do visitante específico a cada tipo de museu - caso exista esta tendência - oferecendo parâmetros para que estas casas, ao conhecer sua clientela, possam melhor planejar e organizar ações voltadas para seu público.
- definir, por exclusão, a faixa de público que os museus não atendem, a fim de criar bases para uma política de incremento à visitação.
- comparar o perfil de visitante de museus de estados ou regiões distintas, entre si.

3. JUSTIFICATIVAS:

Trata-se de uma pesquisa inédita e importante, já que seu universo abrange um conjunto expressivo de museus brasileiros que, até então, não tinham sido abordados com uma pesquisa deste tipo.

Os dados levantados nesta pesquisa possibilitarão o desmembramento da análise em três vertentes diferentes, todas igualmente importantes:

a) O conhecimento do perfil da população que frequenta museus. Este perfil terá elementos sócio-econômicos, mas também delineará um quadro mais abrangente, definindo opções culturais, registrando opiniões, sugestões, motivações, etc.

b) Ao oferecer versões do formulário de coleta de dados em três línguas (inglês, francês e espanhol) e com isso atingir turistas estrangeiros, deverá contribuir não apenas para se conhecer as características do turista que frequenta museus no Brasil, como servirá também de fonte de fomento à intensificação do turismo, e mais especialmente daquele turista com interesse em opções culturais.

c) Permitirá à equipe técnica de cada casa pesquisada uma avaliação de seu desempenho em relação às propostas e diretrizes existentes. Estará assim, preenchendo a lacuna advinda da falta de informação nestes e sobre estes museus, o que acontece devido a inexistência, na maioria deles, de uma estrutura que comporte pesquisas individuais.

4. ABRANGÊNCIA:

Este projeto, a priori, pretende aplicar a pesquisa em todos os 34 museus administrados pela Pró-Memória. No entanto, outros museus, mesmo sendo administrados por outras entidades e que estejam interessados em participar desse tipo de pesquisa, deverão ser incluídos.

O Sistema Nacional de Museus da SPHAN que coordena mais de mil estabelecimentos no Brasil, vem acompanhando o desenvolvimento deste projeto para futura aplicação nos demais museus cadastrados naquela Coordenadoria.

5. OPERACIONALIZAÇÃO:

A proposta de se estender a aplicação da pesquisa a vários museus requer que a mesma esteja dividida em etapas.

A primeira etapa corresponde a abordagem de um conjunto de museus no estado do Rio de Janeiro. A seguir, numa segunda fase, pretendê-se atingir um outro grupo desses estabelecimentos em Minas Gerais, depois nos demais estados da região Sul, Nordeste, espalhando-se pelo país inteiro, em fases posteriores, num prazo de 2 a 3 anos.

Nesta primeira etapa da pesquisa, estaremos trabalhando, com cerca de 30 museus dos quais 15 são da Pró-Memória. Suas características são bastante variadas quanto ao tipo de acervo, porte do museu (pequeno, médio ou grande porte), localização (algumas encontram-se em áreas turísticas bastante privilegiadas) e também quanto a infraestrutura (alguns são muito bem equipados que outros, em relação a oferta de visitas guiadas, programas de visitação para escolas, etc.).

Dentre os 30, os da Pró-Memória são:

- 1) Museu Imperial - Petrópolis
- 2) Museu Nacional de Belas Artes - Rio de Janeiro
- 3) Museu Histórico Nacional - Rio de Janeiro
- 4) Museu da República - Rio de Janeiro
- 5) Museu Villa-Lobos - Rio de Janeiro
- 6) Sítio Burle Marx - Guaratiba
- 7) Paço Imperial - Rio de Janeiro
- 8) Casa Benjamim Constant - Rio de Janeiro

próMemória

- 9) Museu de Arqueologia de Itaipu - Niterói
- 10) Museu de Arte Sacra da Igreja de Santa Rita - Parati
- 11) Casa da Hera - Vassouras
- 12) Forte Defensor Perpétuo - Parati
- 13) Museu de Arte Religiosa e Tradicional de Cabo Frio - Cabo Frio
- 14) Museu do Açude - Rio de Janeiro
- 15) Museu da Chácara do Céu - Rio de Janeiro

As outras instituições a serem pesquisadas e que não pertencem a Pró-Memória, são: Museu do Índio, Museu Aeroespacial, Museu do Navio de Bauru, Museu Histórico da Cidade, Museu Nacional da Quinta da Boa Vista, Museu das Imagens do Inconsciente, Museu de Astronomia e Ciências Afins, Museu do Telefone, etc.

A coleta das informações será feita através da distribuição dos questionários ao público quando de sua visita a estes museus. Cada museu contará com aplicadores de questionários especialmente treinados para executar esta tarefa. Dois modelos de questionários foram elaborados: um, para a população que reside no município onde o museu está localizado e para turistas nacionais, e outro, para turistas estrangeiros, sendo este último disponível em três versões (inglês, francês e espanhol). O prazo previsto inicialmente para a aplicação dos questionários é de 12 meses em cada museu, o que oferece uma base consistente para a análise da forma de distribuição das frequências ao longo de um ano. Este tipo de avaliação, ao mesmo tempo que inédito, propõe um critério para padronização das informações sobre usuários de museus e pretende torná-las acessíveis a todos os museus do Brasil.

6. METAS:

I. Realização de um teste piloto

Trata-se de efetuar um projeto piloto da pesquisa em um museu com o objetivo de testar a qualidade das perguntas e a escolha inicial dos procedimentos para aplicação dos questionários.

De posse dos resultados obtidos, pretende-se: (1) elaborar um manual do entrevistador; (2) reformular, caso necessário, os questionários; e (3) definir os critérios finais para aplicação dos mesmos.

II. Realização de seminários reunindo diretores de museus

Trata-se da realização de reuniões com os diretores de museus objetivando esclarecê-los sobre a importância desta pesquisa. Estes eventos deverão ocorrer tantas vezes quantas forem as etapas deste projeto. Como cada etapa terá seu início em épocas distintas e abordará um conjunto diferente de museus de um mesmo estado ou região, seria conveniente que esses seminários fossem realizados para os diretores cujos estabelecimentos estivessem próximos de receber a aplicação desta pesquisa.

Pretende-se convidar especialmente para estes acontecimentos, entre outros, **Jorge Barrientos Renard**, encarregado da pesquisa "*Comportamentos, Atitudes e Motivações do Público do Museu Lasar Segall*" e **Célia Corsino**, museóloga responsável pela Coordenação do Sistema Nacional de Museus, na SPHAN. Através dos relatos destes especialistas que executam e fomentam este tipo de pesquisa, acredita-se que os diretores reconheçam a necessidade de seu apoio para o exercício cuidadoso que a aplicação da mesma requer.

Além disso, espera-se que os diretores, de posse do conhecimento prévio deste projeto, julguem as propostas apresentadas e dêem sugestões que melhor atendam a um desenvolvimento satisfatório da pesquisa, em seus respectivos museus.

III. Aplicação dos questionários nos museus

Trata-se da parte da pesquisa relativa ao levantamento de dados, propriamente dito, para o qual são exigidos:

a) **elaboração de questionários.** A escolha das perguntas resultou de um levantamento sobre experiências anteriores com pesquisas de perfil de visitantes em museus do Brasil, Estados Unidos e Inglaterra. A partir daí, dois modelos de questionários foram elaborados e encontram-se prontos para serem testados. De acordo com o idioma utilizado, cores diferentes foram empregadas na impressão de cada versão de modo a facilitar, ao visitante a identificação do questionário apropriado que lhe corresponde.

b) **elaboração de folhetos.** Qualquer visitante ao entrar em um dos museus sendo pesquisado receberá um folheto das mãos do aplicador da pesquisa. Este folheto conterà, nos quatro idiomas, o seguinte texto:

próMemória

"A Pró-Memória está pesquisando você, visitante deste museu. Estamos interessados em conhecer seus hábitos, opiniões e perfil sócio-econômico. Durante 12 meses estaremos coletando informações, para depois montarmos um quadro com as características do visitante de museus.

Ao final da visita, caso nosso entrevistador lhe procure, ajude-nos preenchendo um questionário. Desta forma você estará contribuindo para que possamos lhe oferecer uma programação mais de acordo com o que você espera de nós.

Atenção, pois existem cores diferentes para os vários tipos de questionário. Os de folha branca são em português, os azuis em inglês, os verdes em francês e os amarelos em espanhol.

Ajude-nos a lhe ajudar!"

Este texto, tem como função esclarecer o visitante em relação a pesquisa e facilitar a comunicação verbal entre eles e os aplicadores de questionários.

c) **contratação de estagiários.** O número de pessoas necessárias para executar a aplicação dos questionários e os serviços de processamento dos dados variará de museu para museu, e sua contratação deverá ser realizada através de convênios com escolas técnicas do 2o. grau e universidades.

IV. Emissão de Relatórios

Trata-se de reproduzir de forma abrangente os principais resultados da pesquisa para cada Casa pesquisada.

Prevê-se a produção, ao final da pesquisa de um relatório para cada museu bem como um geral, para o conjunto de museus pesquisados.

V. Divulgação da Pesquisa

A parte técnico-científica está sendo elaborada a partir de critérios bastante cuidadosos. A mesma atenção deverá ser dada à parte visual e promocional, para que o público dos museus sinta a importância da pesquisa e motive-se a participar, preenchendo o questionário.

Para tanto, planejamos distribuir no total dos museus que estarão recebendo a pesquisa, além dos questionários e folhetos, os seguintes itens:

próMemória

- **cartazes** - para serem afixados na entrada e em algumas salas dos museus, a fim de possibilitar a fixação da imagem e despertar o interesse para a pesquisa.
- **camisetas** - a serem usadas pelos estagiários que estarão aplicando os questionários como forma de facilitar a identificação dos mesmos. Prevê-se também que as camisetas sejam colocadas a venda nas lojas dos museus.

A produção destes itens, bem como as dos questionários e folhetos, só será possível mediante o patrocínio de alguma empresa.

ANEXO B

Questionários Originais

J POURQUOI ÊTES-VOUS VENU ICI AUJOURD'HUI?

1. loisir
2. pour chercher une information spécifique
3. à cause d'une exposition spécifique
4. cela fait partie d'un programme d'une agence de tourisme
5. pour faire compagnie à quelqu'un
6. autre. Spécifier: _____

K EST-CE LA PREMIÈRE FOIS QUE VOUS VISITEZ CE MUSÉE?

1. oui
2. non

(Si votre réponse est affirmative, ne répondez pas les questions L e M)

L COMBIEN DES FOIS AVEZ-VOUS DÉJÀ VISITÉ CE MUSÉE?

1. une fois
2. peu de fois
3. plusieurs fois

M Y-A-T-IL COMBIEN DE TEMPS QUE VOUS AVEZ VISITÉ CE MUSÉE POUR LA DERNIÈRE FOIS?

1. moins d'un mois
2. de 2 à 6 mois
3. de 7 à 12 mois
4. plus d'une année

N AVEZ-VOUS DÉJÀ VISITÉ D'AUTRES MUSÉES?

1. oui
 2. non
- Les quels? _____
- Ou? _____

O QUELLE EST VOTRE OPINION SUR CE MUSÉE? VOUS ÊTES:

1. très déçu
2. assez déçu
3. assez satisfait
4. très satisfait

P À VOTRE AVIS, DOIT-ON PAYER POUR AVOIR LE DROIT DE VISITER CE MUSÉE?

1. oui
2. non

Q QU'EST-CE QUE VOUS AVEZ AIMÉ LE PLUS DANS CE MUSÉE?

R QUELLES SONT VOS SUGGESTIONS POUR AMÉLIORER CE MUSÉE?

S'il vous plaît, ne pas remplir.
Pour l'usage du musée.

J	K	L	M	N	O	P

PERFIL DEL VISITANTE DE MUSEOS

Ministério da Cultura
Secretaria do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
Fundação Nacional Pró-Memória

La Pró-Memória está investigando el visitante de este museo.

Estamos interesados en conocer sus hábitos, opiniones y aspecto socio-cultural.

Al final de la visita, caso nuestro entrevistador lo busque, ayudenos llenando un cuestionario. De esta forma usted estará contribuyendo para que podamos ofrecerle una programación más de acuerdo con lo que Ud. espera de nosotros.

Atención, pues existen colores diferentes para los vários tipos de cuestionarios. Los de hoja blanca son en portugués, los azules en inglés, los verdes en francés y los amarillos en español.

Ayudenos à ayudarle!

perfil do visitante de museus

profile of the museum visitors

profil du visiteur de musées

perfil del visitante de museos

PERFIL DO VISITANTE DE MUSEUS

A Pró-Memória está pesquisando você, visitante deste museu. Estamos interessados em conhecer seus hábitos, opiniões e perfil sócio-econômico.

Ao final desta visita, caso nosso entrevistador lhe procure, ajude-nos preenchendo um questionário.

Desta forma você estará contribuindo para que possamos lhe oferecer uma programação mais de acordo com o que você espera de nós.

Atenção, pois existem cores diferentes para os diversos tipos de questionário. Os de folha branca são em português, os azuis em inglês, os verdes em francês, e os amarelos em espanhol.

Ajude-nos a lhe ajudar!

PROFILE OF THE MUSEUM VISITORS

Dear visitor, this museum would like to interview you to find out about your opinions, habits and cultural interests.

In case our interviewer approaches you at the end of your visit, please help us by filling in a questionnaire. This way you will provide us with information to formulate a visitors program which will suit you better.

Please pay attention since there are four different coloured forms for the various languages in which the questionnaires are translated. The Portuguese form is white, English is blue, French is green and Spanish yellow.

Help us, help you!

PROFIL DU VISITEUR DE MUSÉES

La Fondation Nationale "Pró-Memória" veut connaître les visiteurs de musées. Nous aimerions découvrir vos habitudes, idées et aspects sociaux-culturels, pour mieux vous servir.

Si notre enquêteur vous cherche à la sortie, s'il vous plaît, remplissez le questionnaire.

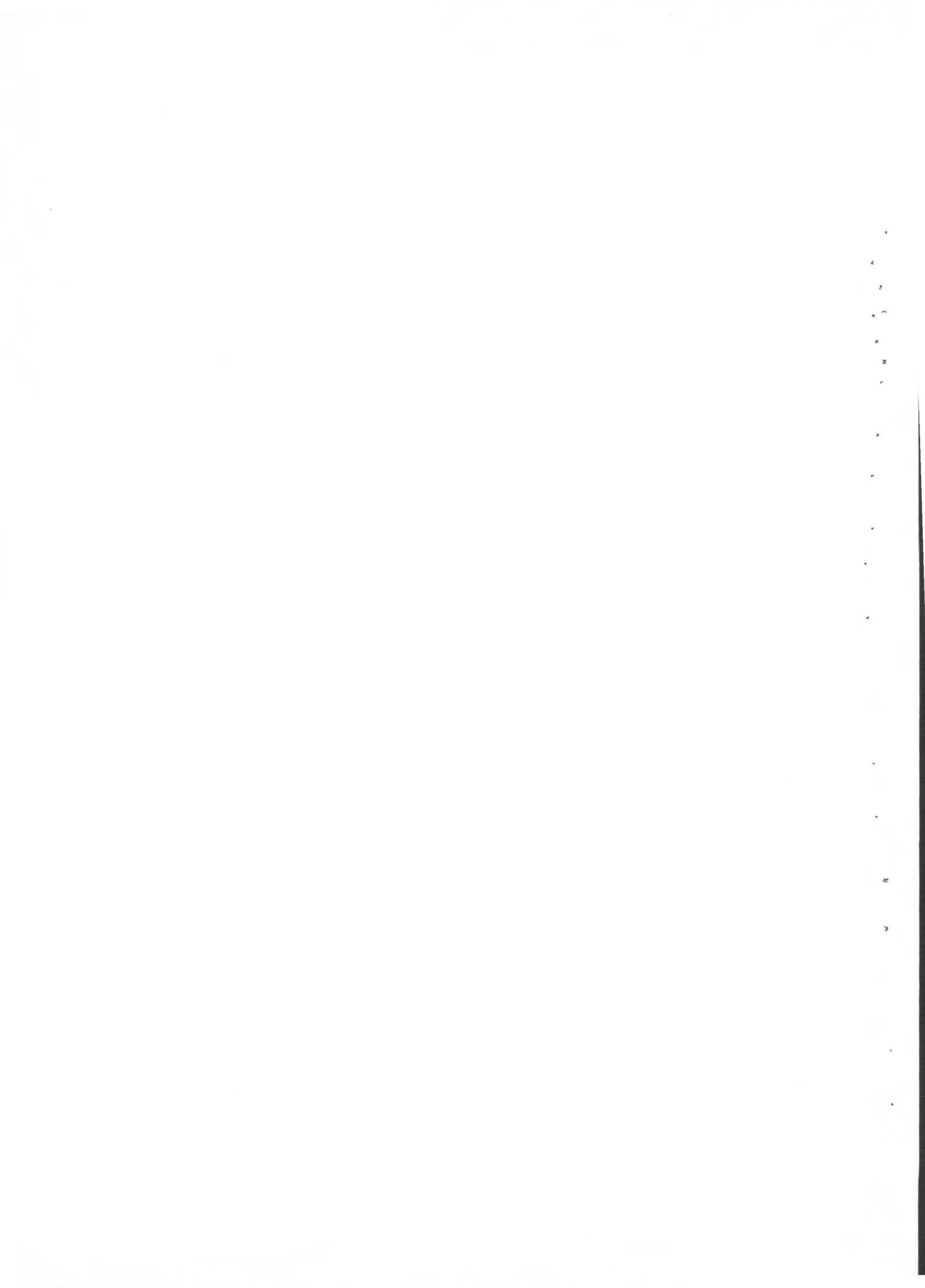
Votre contribution est indispensable pour que nous puissions vous offrir une programmation selon vos préférences.

Attention! Le questionnaire en blanc est rédigé en portugais, le bleu en anglais, le vert en français et le jaune en espagnol.

Aidez-nous à vous aider!

ANEXO D

Questionário Modificado e Questionário Proposto



Museu: _____

Data: ____ / ____ / ____

Hora: _____

Instrução - CIRCULE o número da resposta desejada em cada pergunta

L. DADOS PESSOAIS

A. SEXO

1. Feminino 2. Masculino 5

B. IDADE

1. Até 14 anos 5. 40 a 49 anos 6
 2. 15 a 19 anos 6. 50 a 59 anos
 3. 20 a 29 anos 7. 60 anos ou mais
 4. 30 a 39 anos

C. ESCOLARIDADE

1. 1º grau incompleto 7
 2. 1º grau completo
 3. 2º grau incompleto
 4. 2º grau completo
 5. superior incompleto
 6. superior completo
 7. Pós-graduação

D. PRINCIPAL OCUPAÇÃO ATUAL

01. Estudante 8
 02. Professor
 03. Dona-de-casa
 04. Funcionário público
 05. Profissional liberal
 06. Empregado de empresa privada
 07. Empregado de empresa estatal
 08. Aposentado
 09. Militar
 10. Desempregado
 11. Outra: especificar _____

E. RENDA FAMILIAR MENSAL

1. Menos de 4 salários-mínimos 10
 2. De 5 a 9 salários-mínimos
 3. De 10 a 15 salários-mínimos
 4. De 16 a 20 salários-mínimos
 5. Acima de 20 salários-mínimos
 6. Não sei

F. RESIDE NESTE MUNICÍPIO?

1. Sim - em que bairro ou distrito: _____ 11 - 19
 2. Não - em que estado ou território: _____

Se não mora neste município, PULE para a pergunta K.

G. HA QUANTO TEMPO RESIDE NESTA CIDADE?

1. Desde que nasceu 14
 2. Menos de 1 ano
 3. De 1 a 5 anos
 4. De 5 a 10 anos
 5. Mais de 10 anos

H. COMO CHEGOU AO MUSEU?

1. A pé 15
 2. Veículo particular
 3. Transporte público
 4. Ônibus de excursão
 5. Taxi
 6. Outro: especificar _____

I. DE ONDE VEIO?

1. De casa 16
 2. Do trabalho
 3. Outro: especificar _____

J. QUANTO TEMPO LEVOU PARA CHEGAR ATE AQUI?

1. Menos de 15 minutos 17
 2. De 15 a 30 minutos
 3. De 30 a 45 minutos
 4. De 45 a 60 minutos
 5. Mais de 60 minutos (1 hora ou mais)

Se mora neste município, PULE para pergunta L.

K. PORQUE SE ENCONTRA NESTA CIDADE?

1. Passado
 2. Visita a parente ou amigo
 3. Atividade profissional
 4. Outro: especificar _____

=> VIRE A PAGINA <=

L. FREQUENCIA DE ESCOLHA DE ATIVIDADES CULTURAIS COMO LAZER

	Atividade	Frequentemente	As vezes	Nunca
19	Vai a museu	1	2	3
20	Vai a cinema	1	2	3
21	Vai ao teatro	1	2	3
22	Vai a concerto / show musical	1	2	3
23	Vai a galeria de arte	1	2	3
24	Vai ao zoológico/jd. botânico	1	2	3
25	Vai a exposicao ou feiras	1	2	3
26	Vai a festas populares	1	2	3
27	Le livros ou escuta musica	1	2	3
28	Outra: qual? _____	1	2	

II. DADOS RELATIVOS A VISITA

M. DURAÇÃO DA VISITA 20

1. Menos de 1 hora
2. De 1 a 2 horas
3. De 2 a 3 horas
4. Mais de 3 horas

N. FICOU SABENDO DESTE MUSEU 30

ATRAVES DE:

1. Familiares ou amigos
2. Professores na escola primaria ou secundaria
3. Professores na universidade
4. Meios de comunicação (jornais, revistas, TV, radio, etc...)
5. Literatura especializada em museologia
6. Agencias de turismo
7. Folhetos de propaganda turistica em aeroportos, hotéis, etc...
8. Outros meios: especificar _____

O. PORQUE VEIO AO MUSEU HOJE? 31

1. Lazer
2. Visita escolar
3. Buscar informação especifica
4. Exposição especial
5. Parte de um "pacote" de agencia de turismo
6. A pedido de crianca
7. Acompanhando alguem
8. Outro: especificar _____

P. E A PRIMEIRA VEZ QUE VISITA ESTE MUSEU? 32

1. Sim - PULE para pergunta S
2. Não - CONTINUE

Q. QUANTAS VEZES JA VISITOU ESTE MUSEU? 33

1. Uma vez
2. De 2 a 5 vezes
3. Mais de 5 vezes

R. QUANDO FOI SUA ULTIMA VISITA? 34

1. Ha' menos de 1 mes
2. Entre 2 e 6 meses
3. Entre 7 meses e 1 ano
4. Ha' mais de 1 ano

S. JA VISITOU ALGUM OUTRO MUSEU? 35

1. Não
2. Sim - quais _____

onde _____

T. QUAL A SUA OPINIXO SOBRE ESTE MUSEU? VOCE FICOU: 36

1. Muito desapontado(a)
2. Pouco desapontado(a)
3. Razoavelmente satisfeito(a)
4. Muito satisfeito(a)

U. VOCE ACHA QUE PODERIA SER COBRADO INGRESSO NESTE MUSEU? 37

1. Sim
2. Não

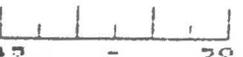
V. VOCE FARIA PARTE DE UMA SOCIEDADE DE AMIGOS DO MUSEU, PAGANDO UMA TAXA ANUAL CASO O MUSEU LHE OFERECESSE CONVITES PARA EXPOSIÇÕES, FOLHETOS COM SUA PROGRAMAÇÃO MENSAL E 10% DE DESCONTO NA COMPRA DE MERCADORIAS EM SUA LOJA?

1. Sim
2. Não

W. O QUE MAIS GOSTOU NESTE MUSEU?

98 

X. TEM ALGO A SUGERIR PARA MELHORAR ESTE MUSEU?



FOLHA DE COLETA

Perfil do Visitante de Museus

MUSEU: _____

CÓDIGO:

--	--	--	--

DATA ____/____/____

DIA DA SEMANA: _____

TEMPO: _____

INTERVALO	FREQUENCIA DE VISITANTES	TOTAL
10:00 - 10:30 hs		
10:30 - 11:00 hs		
11:00 - 11:30 hs		
11:30 - 12:00 hs		
12:00 - 12:30 hs		
12:30 - 13:00 hs		
13:00 - 13:30 hs		
13:30 - 14:00 hs		
14:00 - 14:30 hs		
14:30 - 15:00 hs		
15:00 - 15:30 hs		
15:30 - 16:00 hs		
16:00 - 16:30 hs		
16:30 - 17:00 hs		
17:00 - 17:30 hs		
17:30 - 18:00 hs		

TOTAL GERAL: _____

TOTAL DE QUESTIONÁRIOS PREENCHIDOS:

- Em Português(Branco): _____

- Em Inglês(Azul): _____

- Em Francês(Verde): _____

- Em Espanhol(Amarelo): _____

Anotações: _____

I - INTRODUÇÃO

ENTREVISTADOR: Você foi selecionado(a) para participar da pesquisa sobre o "Perfil de Visitante de Museus", elaborada pela Fundação Nacional Pró-Memória. O seu trabalho de coleta de informações junto aos visitantes é de primordial importância para o sucesso da pesquisa. Assim sendo, o presente manual visa esclarecê-lo(a) a respeito da mesma.

1.1 - A PESQUISA:

O objetivo fundamental da pesquisa é traçar, de forma sistemática, o perfil dos visitantes de museus. Dentro desta perspectiva, esta pesquisa pretende dotar os museus de parâmetros de avaliação coletados de forma científica, o que lhes possibilitará análises mais consistentes, e conseqüentemente, repercutirá em sua maior integração, tanto na comunidade imediata na qual estão inseridos, quanto, em sentido mais amplo, na vida cultural do país. Fica determinada, por exclusão, a faixa de público que os museus não atendem, permitindo criar bases para uma política de incremento à visitação.

1.2 - AS PESSOAS QUE VOCÊ VAI PESQUISAR:

Você pesquisará os visitantes do museu. Como você está lidando com um visitante temporário, não deverá considerar nesta pesquisa pessoas que trabalhem no museu ou pessoas que estejam lá para um fim específico, do tipo: comprar na loja do museu, usar a biblioteca, etc. Crianças até 12 anos também não devem ser entrevistadas, já que não terão condições de responder a determinadas perguntas.

1.3 - INSTRUMENTOS DE COLETA:

Os instrumentos de coleta são os questionários, a folha de coleta e a folha de controle de grupos.

1.3.1 - OS TIPOS DE QUESTIONÁRIO:

Dois modelos de questionário foram elaborados: um para a população que reside onde o museu está localizado e para turistas nacionais (aqui, incluídos estrangeiros radicados no país), e outro para turistas estrangeiros, sendo este último disponível em três versões: inglês, francês e espanhol.

Os questionários foram impressos em quatro cores diferentes, para facilitar a distribuição e o controle:

- BRANCO - em português;
- AZUL - em inglês;
- VERDE - em francês;
- AMARELO - em espanhol.

1.3.2 - A FOLHA DE COLETA:

A folha de coleta deve ser utilizada por você para contabilizar a quantidade de visitantes, controlar o total de questionários preenchidos, e registrar no campo "anotações" o número de pessoas que visitaram o museu e se negaram a responder o questionário e o número de pessoas que foram ao museu e não foram pesquisadas, de acordo com o item 1.2. De posse destas informações, você deve conferir se o número de questionários preenchidos corresponde à diferença entre o total de visitantes do museu e o total de visitantes não pesquisados.

1.3.3 - A FOLHA PARA CONTROLE DE GRUPOS:

Esta folha conterá os registros das características dos grupos escolares e de turismo.

1.4 - QUANDO ENTREGAR O QUESTIONÁRIO:

Os visitantes deverão responder o questionário ao final da visita. Assim sendo, você deve ficar nos pontos de saída do museu (todas as saídas devem ter entrevistadores).

Com o questionário, serão levantados os seguintes dados:

- Sexo;
- Idade;
- Escolaridade;
- Principal ocupação atual;
- Renda familiar mensal;
- Bairro (ou Distrito) em que reside;

- Estado/Território de residência;
- Por quê se encontra nesta cidade;
- A quanto tempo se encontra nesta cidade;
- Como chegou ao museu;
- De onde veio;
- Quanto tempo levou para chegar ao museu;
- Em seu lazer, com que frequência opta pelas seguintes atividades culturais: *Museu, Cinema, Teatro, Concerto ou Show Musical, Galeria de Arte, Jardim Zoológico ou Jardim Botânico, Exposições ou Feiras, Festas Populares, Leitura ou Música*, ou outra atividade (não mencionada acima);
- Duração da visita;
- Como ficou sabendo a respeito deste museu;
- Por quê foi ao museu neste dia;
- Se é a primeira vez que visita este museu;
- Quantas vezes já visitou este museu;
- Quando foi a última visita;
- Se já visitou algum outro museu;
- A sua opinião sobre este museu;
- Se acha que poderia ser cobrado ingresso neste museu;
- Se faria parte de uma sociedade de amigos do museu, pagando uma taxa anual, caso o museu lhe oferecesse convites para exposições, folhetos com sua programação mensal, e 10% de desconto na compra de mercadorias em sua loja;
- O que mais gostou neste museu;
- Se tem algo a sugerir para melhorar este museu.

II - REALIZAÇÃO DA ENTREVISTA

Ao chegar ao museu, você deverá preencher a parte superior da folha de coleta com o nome do museu, data, dia da semana e tempo (bom, nublado ou com chuva).

Com a chegada dos visitantes, anote na folha de coleta, no local apropriado, a quantidade de pessoas (inclusive as crianças) que entram no museu. No caso de chegada de um grupo, obtenha, por intermédio do responsável pelo mesmo, as informações necessárias para preencher a folha para controle de grupos. Você deve se aproximar da pessoa a ser entrevistada com naturalidade, recordando que você executa um trabalho autorizado. Se for necessária uma apresentação, mostre a carteira de identificação. Havendo alguma impossibilidade de você realizar seu trabalho, você deve comunicar ao responsável pela pesquisa, para que seja possível adotar outras soluções.

Tenha sempre em mente as instruções especificadas neste manual!

É importante que todos os visitantes, mesmo os que não forem posteriormente entrevistados, recebam, ao entrar no museu, o folheto explicativo da pesquisa. Neste momento, explique rapidamente seu objetivo. Por exemplo: "Bom dia! (Boa Tarde!) Nós trabalhamos para a Pró-Memória e estamos realizando uma pesquisa sobre o perfil de visitantes de museus no Brasil. O(A) Senhor(a) não precisa se identificar. Gostaríamos que colaborasse conosco, respondendo a um questionário ao final de sua visita".

Este contato facilitará enormemente a abordagem ao entrevistado na saída do museu, e também motivará a leitura do folheto, já que a tendência observada foi a de não lê-lo quando era simplesmente entregue, sem nenhuma explicação.

Tente convencer o visitante a responder o questionário sem pressioná-lo. Caso este não tenha tempo, ou não queira responder, faça uma anotação na folha de coleta.

No momento da entrega do questionário ao entrevistado, ofereça o seu auxílio em caso de dúvidas.

Chame a atenção do entrevistado para o preenchimento do questionário, dizendo que apenas uma resposta deve ser escolhida, e que o número correspondente a ela deve ser escrito na quadrícula localizada à direita de cada pergunta.

Ao receber o questionário preenchido, complete imediatamente os campos situados na parte superior do questionário com as informações referentes ao nome do museu, data e

hora em que o questionário lhe foi devolvido, e escreva o seu nome.

2.1 - INFORMAÇÕES BÁSICAS NECESSÁRIAS:

- 1o) O valor do salário mínimo no momento da realização da pesquisa;
- 2o) O país está dividido em Estados e Territórios. Os Estados são divididos em Municípios, e estes são divididos em Distritos e/ou Bairros;
- 3o) Existe diferença entre as pessoas que residem nesta cidade desde que nasceram e aquelas que residem a mais de 10 anos;
- 4o) Metrô, trem, ônibus, ônibus elétrico, táxi, etc, são transportes públicos;
- 5o) Na pergunta L, as opções de atividades culturais estão praticamente esgotadas, mas cabe lembrar outros exemplos: *Fotografia, Pintura, Dança, Artesanato, etc...* (onde a pessoa é um agente produtor, e não consumidor).

III - CODIFICAÇÃO E CRÍTICA DAS RESPOSTAS

Ao receber o questionário preenchido, você deve verificar, rapidamente, se todas as perguntas possuem resposta. Caso alguma pergunta não seja respondida, tente obtê-la imediatamente do informante, pois você não terá outra oportunidade para recontactá-lo.

A partir de então, você passará à etapa de codificação das respostas, que deverá ser feita em todos os questionários.

A codificação consiste na transferência das respostas dadas pelos visitantes para o quadriculado destinado a esta finalidade, localizado na parte inferior do questionário.

A	B	S	T	U	V

Você é responsável por este preenchimento. Por exemplo: quando um visitante responder na pergunta A (sexo) que é do sexo feminino (resposta 1), cabe a você transferir este algarismo para a quadrícula embaixo da letra.

A	B	S	T	U	V
1						

Caso você encontre alguma pergunta sem resposta, preencha a quadrícula correspondente com o código β .

Caso uma pergunta possua mais de uma opção como resposta, o que é um erro, preencha a quadrícula referente a esta pergunta com o código \emptyset (ou $\emptyset\emptyset$).

I - O SUPERVISOR:

1o) É responsável pela condução da pesquisa, orientando o trabalho de uma equipe de entrevistadores;

2o) Deve ter em mente que a qualidade dos resultados de uma pesquisa depende muito da fase de coleta das informações. Qualquer defeito detectado nesta fase pode comprometer a pesquisa;

3o) Deve conhecer precisamente as definições, conceitos e instruções contidas no Manual do Entrevistador, conhecimento este indispensável ao exercício da função de Supervisor;

4o) Deve consultar o Manual do Entrevistador para dirimir qualquer dúvida, ou para orientar casos especiais;

5o) Deve convencer sua equipe da necessidade do uso permanente do Manual do Entrevistador, não só durante o treinamento, como também no decorrer do período da coleta das informações;

6o) Acompanhar e controlar o desenvolvimento dos trabalhos em cada dia, utilizando a folha de coleta;

7o) Examinar as informações coletadas pelos Entrevistadores, visando sanar dúvidas e corrigir erros de interpretação verificados. O exame do material deve ser contínuo, desde o início da coleta, a fim de evitar a repetição de erros e o acúmulo de serviço.

8o) Avaliar o Entrevistador, segundo a assiduidade na entrega do material coletado, o rendimento do trabalho e a qualidade das informações, determinando se este deverá receber novo treinamento, ou até ser dispensado;

9o) Não deve apagar registros errados, tanto nos questionários como nas folhas de coleta. Estes devem ser anulados com um traço, e a informação adequada registrada logo acima com caneta vermelha.

II - INSTRUÇÕES ESPECIAIS:

1o) Os questionários recebidos devem ser numerados em ordem sequencial;

2o) Cabe ao Supervisor lembrar aos Entrevistadores que os estrangeiros residentes devem responder ao questionário em Português, conforme especificação dada no item 1.3.1 do Manual do Entrevistador;

3o) O Supervisor deve ter uma relação de todos os Municípios de seu Estado, a fim de verificar o correto preenchimento do questionário;

4o) Guia dos bairros/distritos do Município;

5o) O código do Museu deverá ser preenchido na folha de coleta e na folha para controle de grupos, segundo a tabela abaixo:

MUSEU	CÓDIGO
CASA SETECENTISTA DE CAETÉ	101
MUSEU VILLA-LOBOS	102
MUSEU REGIONAL DE CACHOEIRA	103
MUSEU DE ARTE RELIGIOSA E TRADICIONAL DE CABO FRIO	104
CASA NATAL DE VICTOR MEIRELLES	105
MUSEU DE ARQUEOLOGIA DE ITAIPU	106
MUSEU DA ABOLIÇÃO	107
CASA DE BENJAMIM CONSTANT	108
MUSEU SOLAR MONJARDIM	109
CASA LACERDA	110
CASA DA HERA	111
MUSEU DAS BANDEIRAS	112
MUSEU DO DIAMANTE	113
MUSEU DO AÇUDE	114
MUSEU DE ARTE SACRA DE BOA MORTE	115
MUSEU DA CHÁCARA DO CÉU	201
MUSEU REGIONAL DE SÃO JOÃO DEL REY	202
MUSEU DO OURO	203
MUSEU DAS MISSÕES	204
MUSEU HISTÓRICO NACIONAL	205
MUSEU DE ARTE SACRA DA IGREJA DE SANTA RITA	206
MUSEU LASAR SEGALL	207
MUSEU DE IMIGRAÇÃO E COLONIZAÇÃO	208
M. DE A. E ARTES POPULARES	209
PAÇO IMPERIAL	301
MUSEU DA INCONFIDÊNCIA	302
MUSEU NACIONAL DE BELAS ARTES	303
MUSEU DA REPÚBLICA	304
MUSEU IMPERIAL	305

OBS.: Os códigos foram obtidos de acordo com a frequência de visitação dos museus em 1987, e consta de 3 dígitos, onde o 1º representa o código do grupo (1, 2 ou 3) e os dois últimos a ordem sequencial do museu dentro do grupo. Os grupos 1, 2 e 3 são constituídos pelos museus de acordo com a frequência de visitação, da menor para a maior, respectivamente. O nível de amostragem deve ser feito segundo a frequência de visitação. Por exemplo, todos os visitantes dos Museus do grupo 1 devem ser entrevistados.

III - CRÍTICA DAS INFORMAÇÕES:

1 - INTRODUÇÃO

A realidade cotidiana da pesquisa mostra que mesmo em pesquisas cuidadosamente planejadas e executadas há sempre casos, ou questionários, com dados incompletos, inconsistentes, e às vezes, obviamente errados. É portanto imprescindível, em qualquer pesquisa, fazer alguma crítica dos dados.

O objetivo básico da crítica dos dados é preservar a qualidade, fazendo com que os dados sejam mais próximos ou representativos dos verdadeiros valores que se desejavam medir.

A crítica compreende duas tarefas igualmente importantes: a detecção ou identificação dos erros, e a adoção de medidas necessárias para sua correção ou imputação.

2 - DESENVOLVIMENTO DO PLANO DE CRÍTICA

Cabe ao supervisor garantir que as respostas desejadas tenham sido obtidas e registradas nos locais apropriados e de acordo com as instruções de preenchimento estabelecidas. A verificação deve ser exaustiva, sobre todos os questionários recebidos.

No nosso caso, o questionário a ser criticado contém:

- 13 quesitos para Dados Pessoais;
- 12 quesitos para Dados Relativos à Visita.

Todas as indagações tem a mesma validade. Não há quesitos mais ou menos importantes. O que ocorre é a existência de quesitos em que as incorreções são mais frequentes.

A seguir são relacionadas algumas observações que poderão ajudar o Supervisor no exame das declarações registradas.

• *Na folha de coleta:*

- Verificar se o número total de questionários registrados na folha de coleta é compatível com o número de questionários recebidos neste dia.

• *No questionário:*

- Perguntas onde não houve o reconhecimento entre as alternativas da classe escolhida devem ser criticadas do seguinte modo:

1o) Pergunta D - se o código da resposta for 10 (OUTRA, ESPECIFICAR) e a especificação for estagiário, mudar o código da quadrícula D para 1 (Estudante);

2o) Pergunta J - se o código da resposta for 5 (OUTRO, ESPECIFICAR) e a especificação for Metrô ou Bonde, mudar o código da quadrícula J para 3 (Transporte público).

- Perguntas em que houve inconsistência no sequenciamento das respostas dadas devem ser criticadas do seguinte modo:

1o) Se a pergunta F estiver preenchida, as quadrículas G e H devem, necessariamente, estar preenchidas com o código b;

2o) Caso a pergunta F não esteja preenchida, então as quadrículas I, J, J1 e K deverão, necessariamente, estar preenchidas com o código b;

3o) Pergunta P - se o código da resposta for 1 (SIM), as quadrículas Q e R devem, necessariamente, estar preenchidas com o código b.

3 - CONCLUSÃO

O Supervisor deve observar a necessidade ou não de especificação de novas críticas, de acordo com os resultados obtidos nas pesquisas. Sempre que necessário, deve dirigir-se ao responsável pela pesquisa para dirimir dúvidas ou sugerir possíveis modificações em seu manual.

NÚMEROS JÁ PUBLICADOS:

- 01/88 - CRÍTICA DE RAZÕES NO CENSO ECONÔMICO
Renato Martins Assunção (ENCE/IBGE)
Rosana de Freitas Castro (DEIND/IBGE)
José Carlos R.C. Pinheiro (ENCE/IBGE)
- 02/88 - USO DE AMOSTRAGEM EM SIMULAÇÃO DE LEGISLAÇÃO TRIBUTÁRIA
José Carlos R.C. Pinheiro (ENCE/IBGE)
Manuel Martins Filho (DISUL/SERPRO)
- 03/88 - FORECASTING THE NUMBER OF AIDS CASES IN BRAZIL
Dani Ganeman (IME/UFRJ)
Helio S. Migon (ENCE/IBGE & IME/UFRJ)
- 04/88 - AVALIAÇÃO DOS EFEITOS DE REDUÇÃO DA FRAÇÃO DE AMOSTRAGEM
NO CENSO DEMOGRÁFICO
José Carlos R.C. Pinheiro (ENCE/IBGE)
José Matias de Lima (DPE/IBGE)
- 01/89 - MIGRAÇÕES ANUAIS RURAL-URBANO-RURAL - PERÍODO 70/80
Kaizō Iwakami Beltrão (ENCE/IBGE)
Helio S. Migon (ENCE/IBGE & IME/UFRJ)
- 02/89 - CURVA DE LORENZ E ÍNDICE DE GINI PARA DISTRIBUIÇÕES DE
RENDA
José Paulo Quinhões Carneiro (ENCE/IBGE)
Jorge Luiz Rangel Costa (CIDE/RJ)
- 03/89 - METODOLOGIA DE CRÍTICA DE EQUAÇÕES DE FECHAMENTO NOS
CENSOS ECONÔMICOS DE 1985
José Carlos R.C. Pinheiro (ENCE/IBGE)
Renato Martins Assunção (ENCE/IBGE)
- 04/89 - UMA PROPOSTA DE DIMENSIONAMENTO DA AMOSTRA DO CENSO
DEMOGRÁFICO DE 1990
José Carlos R.C. Pinheiro (ENCE/IBGE)
José Matias de Lima (ENCE/IBGE)
- 05/89 - UMA REVISÃO DO BATS (BAYESIAN ANALYSIS OF TIME SERIES)
Helio S. Migon (ENCE/IBGE & IM/UFRJ)
E. Suyama (ICEx/UFMG)

