

COLEÇÃO MUSEU
ECONOMIA E
SUSTENTABILIDADE

MANUAL PARA AVALIAÇÃO DE IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS DE MUSEUS BRASILEIROS

Instituto Brasileiro de Museus – Ibram

Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura – NECCULT/FCE/UFRGS

MANUAL PARA AVALIAÇÃO DE IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS DOS MUSEUS BRASILEIROS

Coleção Museu, Economia e Sustentabilidade, 3

Coordenação:

Carla Janne Farias Cruz
Renata Pereira Passos da Silva
Fernanda da Rosa Becker

ibram
instituto **brasileiro** de **museus**

Brasília, DF
2022

Qualquer parte desta publicação pode ser reproduzida, desde que citada a fonte.

Ministério do Turismo

Instituto Brasileiro de Museus

Presidente da República

Jair Messias Bolsonaro

Vice-Presidente

Antonio Hamilton Martins Mourão

Secretário Especial da Cultura

Hélio Ferraz de Oliveira

Presidente do Instituto Brasileiro de Museus

Pedro Machado Mastrobuono

Diretora do Departamento de Difusão, Fomento e Economia de Museus

Carla Janne Farias Cruz

Diretora do Departamento de Processos Museais

Rebeca Debora Finguermann

Diretor do Departamento de Planejamento e Gestão Interna

Paulo Guilherme Ribeiro Fernandes

Coordenador Geral de Sistemas de Informação Museal

Alexandre César Avelino Feitosa

Procuradora-chefe

Eliana Alves Almeida Sartori

Auditora

Maria Angelica Gonsalves

I59 Instituto Brasileiro de Museus.
Manual para avaliação de impactos socioeconômicos dos museus
brasileiros /
Instituto Brasileiro de Museus ; coordenação, Carla Janne Farias Cruz,
Renata Pereira Passos da Silva, Fernanda da Rosa Becker. – Brasília, DF: IBRAM,
2022.

64 p. : il. – (Coleção Museu, Economia e Sustentabilidade, 3)

Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura – NECCULT/FCE/UFRGS.
ISBN: 978-65-88734-10-0

1. Museus. 2. Economia de Museus. 3. Impacto Socioeconômico. 4.
Economia da Cultura. I. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de
Ciências Econômicas. Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura. II.
Série. III. Título.

CDD 069

Ficha elaborada por Suzelayne Eustáquio de Azevedo – CRB-1ª Região – 2.209.
25/05/2022

**Coleção Museu, Economia e
Sustentabilidade**

**Equipe técnica Neccult/UFRGS
Coordenação geral do projeto**

André Moreira Cunha

Pesquisadores

Gustavo Möller

Mariana Steffen

Pedro Perfeito da Silva

Assistentes de Pesquisa

Larissa Couto da Silva

Karina Pietro Biasi Ruiz

Equipe técnica Ibram

Carla Janne Farias Cruz

Eneida Braga Rocha de Lemos

Fernanda da Rosa Becker

Flora Brochado Maravalhas

Priscila Rodrigues Borges

Patrícia da Cunha Albernaz

Renata Pereira Passos da Silva

Colaboradora – Analista Técnico Junior

Juliany Rachel Amorim Martins

Editorial – Projeto gráfico

Elisa Guimarães F. Zubcov

Diagramação

Pedro Silva Filhusi de Freitas

Copidesque

Carmem Cecília Camatari

Galvão de Menezes

APRESENTAÇÃO

Neste manual, o Instituto Brasileiro de Museus (Ibram) apresenta um modelo para a avaliação de impactos socioeconômicos dos museus em suas localidades. Esse modelo é resultante da pesquisa Avaliação do Impacto Socioeconômico de Museus no Brasil: um estudo exploratório, fruto de uma parceria estabelecida com o Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (Neccult) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). O estudo propõe uma metodologia de avaliação de impactos de museus em nível local aplicada de forma piloto a cinco museus – públicos e privados, localizados em diferentes estados brasileiros – entre os anos de 2018 e 2021 desenvolvida em conjunto.

Ao se pensar um museu, normalmente nos remetemos às funções de preservar, conservar, pesquisar e comunicar. No entanto, a participação dos museus em nível local não se restringe às suas funções precípua: são locais de memória, de construção de identidade, de trocas, espaço de educação, de turismo e de lazer. Além disso, são espaços de trabalho, de geração de emprego e renda, de incentivos culturais, lócus de processos que movimentam a dinâmica local por meio de sua cadeia produtiva. O presente manual tem por objetivo possibilitar a mensuração desse impacto de modo que cada instituição perceba a sua relação orgânica com o entorno. Ter essa dimensão da própria atuação e entendimento de seus elos com o contexto local permitirá que os museus planejem sua atuação de forma mais segura e associada à sua missão institucional.

Responsável pela execução da parceria entre Ibram e Neccult/UFRGS, a Coordenação de Estratégias e Sustentabilidade (CES), do Departamento de Difusão, Fomento e Economia dos Museus (DDFEM) tem por objetivo produzir, estimular e divulgar estudos que identifiquem os papéis desempenhados pelos museus no campo da economia e da sustentabilidade.

Nessa perspectiva, com a publicação deste manual, buscamos promover o autoconhecimento e refinar o

olhar ao se considerar as interfaces entre os museus e as cidades. Os indicadores sugeridos serão importante fonte de informação tanto para o planejamento em nível interno quanto para a formulação de políticas públicas voltadas ao setor, trazendo evidências a respeito de uma cadeia produtiva no âmbito da economia da cultura, que, ao ser trabalhada, pode se tornar um vetor de desenvolvimento local sustentável.

Este guia integra a Coleção Museu, Economia e Sustentabilidade, parte do programa editorial do Ibram. A coleção visa à publicação de dissertações, teses, ensaios e pesquisas que tratem das relações entre museus, processos museais, gestão, economia e sustentabilidade.



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1.1 Antecedentes: desenvolvimento da metodologia.....	12
ETAPA 1.	
CONHECENDO O MUSEU E SEU TERRITÓRIO	16
1. Por que avaliar os impactos do meu museu?.....	16
2. Quem são vocês?.....	17
VOCÊ SABIA?	17
ETAPA 2.	
CONHECENDO OS CONCEITOS E DEFININDO SUA METODOLOGIA	20
1. Como analisar os impactos de um museu?	20
ETAPA 3.	
PREPARANDO A PESQUISA	26
1. Quais serão as minhas fontes de dados?	26
2. Como coletar informações junto a pessoas?	27
2.1. Como aplicar questionários?.....	28
ETAPA 4.	
PREPARANDO OS QUESTIONÁRIOS	30
1. Criando um termo de consentimento	30
2. Construindo uma sessão de perfil dos participantes.....	31
3. Adaptando o questionário ao seu museu	32
4. Encerrando o questionário.....	34
ETAPA 5.	
COLETANDO AS INFORMAÇÕES.....	36
1. Intermediando a aplicação de questionários e/ou entrevistas.....	36
2. Aplicando questionários impressos	37
3. Aplicando questionários on-line.....	38

ETAPA 6.

ANALISANDO OS DADOS 40

Passo 1: Verificando os questionários.....	40
Passo 2: Conhecendo os dados.....	40
Passo 3. Analisando os dados.....	41

ETAPA 7.

APRESENTANDO A PESQUISA..... 44

REFERÊNCIAS..... 46

APÊNDICE 1.....	48
Eixo 1. Impactos socioeconômicos.....	49
Eixo 2. Impactos pessoais.....	50
Eixo 3. Impactos sobre a infraestrutura local.....	51
APÊNDICE 2.....	51
Modelo básico de questionário (para aplicação on-line).....	52
Tela 1. Texto introdutório para o questionário e termo de consentimento	52
Tela 2 – Seção A: Perfil.....	53
Tela 3 – Seção B: Impactos socioeconômicos do museu.....	53
Tela 4 – Seção C: Impactos pessoais.....	56
Tela 4 – Seção D: Impactos sobre a infraestrutura local.....	58
Seção E: Comentários finais	58
Tela final.....	58
APÊNDICE 3.....	59

INTRODUÇÃO

No Brasil, a regulação do setor museal tem como base o Estatuto de Museus, instituído por meio da Lei Nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009. Nele, define-se que:

Art. 1º Consideram-se museus, para os efeitos desta Lei, as instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento.

Parágrafo único. Enquadrar-se-ão nesta Lei as instituições e os processos museológicos voltados para o trabalho com o patrimônio cultural e o território visando ao desenvolvimento cultural e socioeconômico e à participação das comunidades. (BRASIL, 2009)

Se entendemos as políticas públicas como aquelas políticas realizadas na esfera pública visando intervir em uma dada realidade (DRAIBE, 2001), podemos dizer que os museus também fazem políticas públicas. Mas como avaliar os impactos destas políticas sobre a vida das pessoas? Buscando responder esta questão, em 2017 o Instituto Brasileiro de Museus (Ibram) e o Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Neccult/UFRGS) firmaram uma parceria para a realização de estudos de avaliação e mensuração dos impactos dos museus na economia

e na sociedade brasileira. Desta parceria deriva o presente manual, que apresenta uma metodologia de análise e fornece subsídios para que outros pesquisadores, gestores e profissionais do setor museal brasileiro possam avaliar e compreender os impactos socioeconômicos de suas organizações museais sobre as realidades locais.

Aqui, impactos são entendidos como mudanças duradouras ou significativas provocadas pelas ações do museu sobre a vida das pessoas, sejam estas mudanças positivas ou negativas, planejadas ou não (ROCHE, 2000). Avaliações deste tipo não buscam, portanto, entender como as ações do museu estão sendo realizadas ou seus resultados imediatos (como a quantidade de visitantes de uma exposição): avaliações de impacto buscam entender os efeitos duradouros ou significativos de uma ou de um conjunto de ações sobre as realidades locais.

Para as organizações museais, avaliar o impacto de suas ações permite compreender se sua atuação está indo ao encontro da missão do museu, fornecendo informações para o aperfeiçoamento de sua atuação e colaborando para seu planejamento futuro. Além disso, a realização das avaliações de impacto pelas próprias organizações permite capacitar seus trabalhadores, facilitando a internalização do conhecimento e do aprendizado gerado durante o processo e contribuindo para cultura de boas práticas avaliativas dentro da organização. A avaliação pode, ainda, melhorar a relação do museu com seus parceiros e com a comunidade, ao possibilitar tanto o aperfeiçoamento das ações museais quanto uma aproximação durante a execução das avaliações e posterior compartilhamento dos resultados de pesquisa.

Para o setor museal brasileiro, a formação de uma cultura de realização de avaliações de impacto pelas próprias organizações colabora para a compreensão de como os museus podem ocasionar mudanças na sociedade brasileira. Isso porque as mudanças não dependem apenas dos insumos – por exemplo, das iniciativas museais –, mas de uma série de eventos, condições, contextos, pessoas e ações que se combinam de uma determinada forma gerando mudanças específicas (ROCHE, 2000). Dessa forma, a mesma iniciativa realizada por duas ou mais organizações – logo, por diferentes pessoas, em distintos contextos, localidades e momentos –, pode gerar impactos diferentes sobre as realidades locais. A compreensão destes processos pelas próprias organizações e a troca dos conhecimentos gerados por elas pode, dessa forma, ser benéfica para todos, considerando as funções e os princípios dos museus brasileiros.

1.1 ANTECEDENTES: DESENVOLVIMENTO DA METODOLOGIA

A confecção deste manual exigiu uma série de ações anteriores. O primeiro passo para a elaboração da metodologia aqui proposta consistiu na revisão sistemática de estudos e avaliações de impactos nacionais e internacionais que fossem aplicáveis aos museus brasileiros. A partir dessa revisão, optou-se pela adoção de uma metodologia híbrida, combinando a análise múltipla (quantitativa) com o método Delphi (qualitativo).

Adotada como o método quantitativo, a análise múltipla vem sendo utilizada para mensurar impactos dos setores de turismo, de artes e de esportes. Com relação aos museus, a análise múltipla permite estimar seus impactos a partir de aspectos macroeconômicos agregados ou setoriais, posicionando os museus analisados em meio à economia local (CAREY; DAVIDSON;

SAHLI, 2013; PLAZA; GALVEZ-GALVEZ; GONZALEZ-FLORES, 2011). Assim, inclui os efeitos diretos, como recrutamento de pessoal, e os efeitos indiretos, tais como as pessoas empregadas pelas empresas que fornecem bens e serviços para o museu e a despesa de consumo das pessoas empregadas por ou por meio do museu. Simultaneamente, para desenhar uma metodologia capaz de medir o impacto dos museus brasileiros em sua base, também queríamos ouvir aqueles que compõem o setor museal brasileiro. Para isso, utilizamos o método Delphi, que já vem sendo empregado para a avaliação de impactos socioeconômicos de museus (SCOTT, 2003; 2006). Utilizado como alternativa científica para a inclusão de conhecimentos de especialistas e usuários de programas e equipamentos culturais, o método possibilita a identificação de pontos de concordância entre grupos sociais distintos.

Sua metodologia é composta geralmente por duas rodadas¹:

- **Rodada 1:** aplicação de questionário aberto para os grupos-alvo identificados pelos pesquisadores, a fim de identificar os impactos observados pelos grupos.
- **Rodada 2:** aplicação de questionário fechado, composto por afirmações para avaliação elaboradas a partir das respostas obtidas na primeira rodada, e reenviado para os mesmos respondentes. Nesta rodada, busca-se avaliar se há concordância entre os respondentes sobre os impactos identificados. São considerados significativos os impactos que apresentam mais de 65% de concordância entre os respondentes (SCOTT, 2003, 2006).

Para testar a metodologia proposta, ambos métodos foram utilizados na análise de cinco museus brasileiros. A amostra foi definida a fim de cobrir aspectos centrais da diversidade do campo museal brasileiro, a saber: localização geográfica (distribuição regional dos museus); personalidade jurídica (público e privado); observância à diversidade; relação com

outras cadeias produtivas da cultura (eventos culturais, religiosos e turismo); e vocações produtivas locais. Compuseram a amostra os seguintes museus: Museu Casa de Cora Coralina (Goiás, Goiás, museu privado); Museu Imperial (Petrópolis, Rio de Janeiro, museu público); Fundação Casa Grande – Memorial do Homem Kariri (Nova Olinda, Ceará, museu privado); Museu

1. Uma terceira rodada, com a reaplicação dos questionários fechados, pode ser realizada caso identificadas inconsistências ou baixa adesão às afirmações avaliadas durante a segunda rodada.

do Diamante (Diamantina, Minas Gerais, museu público); e o Museu do Doce da Universidade Federal de Pelotas (Pelotas, Rio Grande do Sul, museu público).

Os dados coletados em 2018 e avaliados por meio da análise múltipla indicaram que as organizações analisadas, de forma geral, geraram impactos agregados positivos sobre o mercado de trabalho dos setores culturais e criativos de suas cidades. Tal resultado reforça o papel dos museus como centro do processo de desenvolvimento das atividades culturais em determinado espaço geográfico. Isso vale tanto pela escala que suas atividades demandam quanto pelas relações que podem estabelecer com outros setores culturais e criativos.

O método Delphi, por sua vez, foi aplicado entre 2019 e 2021, e chegou a envolver 171 participantes entre gestores dos museus analisados, participantes locais, especialistas nacionais e gestores de museus que não os da amostra².

Por intermédio de sua execução, foi possível identificar pontos de concordância quanto aos impactos provocados pelos museus brasileiros sobre as realidades locais. Ao todo, 30 impactos obtiveram o grau de concordância mínimo exigido pelo método, de 65% ou mais entre todos os entrevistados.

Estes impactos se dividem em três grandes categorias, a saber:

Impactos socioeconômicos	Turismo; Relação com a cultura, memória e identidade; Educação e geração de conhecimento; Engajamento local.
Impactos em nível individual	Diversidade e inclusão social; Bem-estar; Capacidade de reflexão individual.
Impactos sobre a estrutura local	

Considerando a replicabilidade dos métodos, este manual apresenta um passo a passo para a realização de uma avaliação de impactos baseada no método Delphi. Ou seja: propomos como ferramenta de análise a aplicação de um questionário composto pelos 30 impactos previamente identificados como impactos socioeconômicos dos museus brasileiros. Com isso, espera-se que cada organização possa identificar quais destes impactos estão sendo gerados por ela, colaborando para a compreensão das forças e fraquezas de sua atuação por

meio da escuta daqueles que são afetados por ela.

Para orientar a realização das avaliações de impacto pelas próprias organizações museais, este manual está dividido em sete etapas, abarcando desde a preparação da pesquisa e dos pesquisadores até orientações para a avaliação e apresentação dos resultados obtidos.

Ao longo do texto, são fornecidas orientações básicas para a realização de avaliações de impacto em geral, bem como sugestões para a adaptação do

2. A primeira rodada foi aplicada em 2019, contando com 171 participantes. A segunda rodada, realizada em 2021, obteve retorno de 35 destes primeiros participantes.

questionário e formulação de ferramentas próprias.

Além disso, o Apêndice 1 sumariza os impactos socioeconômicos dos museus brasileiros, verificados junto aos entrevistados na pesquisa realizada em conjunto. O Apêndice 2, por sua vez, apresenta um modelo básico de questionário que, feitas as devidas alterações, pode ser replicado pelas organizações museais. Por fim, o Apêndice 3 fornece orientações para a coleta de dados quantitativos sobre os impactos econômicos de cada organização.

CONHECENDO O MUSEU E SEU TERRITÓRIO

ETAPA 1.

Antes de iniciar qualquer pesquisa ou avaliação sobre a atuação do museu e seus impactos, é importante entender quais os seus objetivos e onde o museu está inserido.

1. POR QUE AVALIAR OS IMPACTOS DO MEU MUSEU?

O principal objetivo de uma análise de impactos é entender quais mudanças o museu provocou na vida das pessoas e na realidade local. Este tipo de avaliação pode:

- Maximizar sua compreensão sobre a atuação do museu, incorporando o entendimento de seus impactos sobre a realidade local;
- Indicar se a atuação do museu está atingindo os objetivos expressos como sua missão, isso é, seu papel na sociedade;
- Indicar ajustes necessários na atuação do museu, considerando seus impactos sobre as pessoas e elementos específicos da realidade local;
- Fornecer subsídios para planejamentos futuros.

Quando realizada pela própria organização, a avaliação de impactos capacita os trabalhadores e facilita a internalização do conhecimento gerado.

Seu desenvolvimento pode, ainda, aproximar os trabalhadores da missão do museu, bem como melhorar o relacionamento do museu com a

comunidade e com seus parceiros, uma vez que a avaliação possibilita:

- O aperfeiçoamento das ações do museu;
- A criação de espaços de escuta durante seu processo de avaliação;
- A aproximação entre museu e outros atores para, por exemplo, traçar estratégias de atuação conjunta com grupos sociais identificados como de interesse durante a pesquisa;
- A criação de novos espaços de troca de percepções e conhecimento, por exemplo, para apresentar os resultados da pesquisa.

Ao longo do processo, você perceberá que a pesquisa irá fornecer dados que podem ser de interesse de diferentes públicos, e isso pode gerar oportunidades de diálogo, negócios e parcerias.

Ainda assim, conversar previamente sobre estas questões dará maior clareza à sua equipe sobre os objetivos centrais da pesquisa e sobre os possíveis públicos com os quais vocês têm mais interesse em estabelecer uma comunicação.

2. QUEM SÃO VOCÊS?

Um dos diferenciais da pesquisa aqui proposta é que ela será feita por e para o seu museu. Para tanto, surge uma pergunta inicial: quais características definem o seu museu? Dela surgem outras, como:

- Quando e como o museu foi criado?
- Qual é a missão do museu?
- Quais são seus valores?
- Qual é público-alvo do museu?
- Qual é a visão do museu para o seu futuro e quais objetivos são necessários para que ela aconteça?

Ainda que alguns destes pontos componham seu plano museológico, é importante que todos aqueles envolvidos

na pesquisa tenham conhecimento deles. Além disso, cabe discutir com a sua equipe questões relacionadas à inserção social do museu. Por exemplo:

- Como vocês definiriam o espaço em que o museu está inserido? Seria um bairro, uma cidade, uma rota turística?
- Como o museu se relaciona com o seu entorno? Como ele se relaciona, por exemplo, com instituições de ensino, com o comércio e com outras instâncias públicas locais?
- Qual o perfil socioeconômico do público que visita o museu?
- Quais as relações estabelecidas entre o museu e o seu público?
- Quais parcerias o museu estabelece?
- Para vocês, como o museu impacta a vida daqueles que o visitam e daqueles que estão envolvidos com ele?

Ainda que vocês não tenham todas as respostas para estas perguntas no momento, discutir estas questões auxiliará a sua equipe a compreender os objetivos gerais do museu e as relações que o envolvem.

VOCÊ SABIA?

Conforme previsto por lei, a elaboração e implementação do plano museológico é dever de todos os museus brasileiros. Dentre outros itens, o plano museológico deve abarcar a missão da instituição, sua função na sociedade e a identificação do público-alvo do museu.

Desde 2018 o Ibram, por meio da Escola Virtual de Governo, oferece um curso virtual sobre a elaboração dos Planos Museológicos. O curso é gratuito, com carga horária de 40h e certificação pela Escola Nacional de Administração Pública. Você encontra este e outros cursos em: escolavirtual.gov.br.

Outras orientações também podem ser encontradas no acervo de publicações do Ibram, disponível em: forum.acervos.museus.gov.br/publicacoes.

ETAPA 2. CONHECENDO OS CONCEITOS E DEFININDO SUA METODOLOGIA

1. COMO ANALISAR OS IMPACTOS DE UM MUSEU?

Impactos são alterações duradouras e/ou significativas, positivas ou negativas, planejadas ou não, que os museus tenham provocado na realidade social e econômica em que estão inseridos.

Museus podem impactar seu entorno, por exemplo, ao movimentar a economia local por meio da geração de empregos diretos e indiretos, ou contribuindo para a revitalização da infraestrutura e da segurança pública em seu entorno. Por outro lado, estas melhorias podem acarretar uma valorização da área e consequente expulsão dos moradores que ali viviam, em um processo de gentrificação. De forma semelhante, assim como museus consomem recursos naturais (por exemplo, a energia elétrica necessária para manter alguns acervos climatizados), eles podem contribuir para o desenvolvimento sustentável ao reduzir os danos socioambientais gerados e promover espaços de diálogo e reflexão sobre o tema.

É esperado que alguns dos impactos gerados sejam parte da missão do museu, como a manutenção da memória de uma comunidade ou a ampliação das perspectivas individuais de seus visitantes. Identificar os impactos que estão sendo gerados, portanto, permite compreender os efeitos da atuação da organização museal sobre os indivíduos, a sociedade, a economia e a infraestrutura local e, quando necessário, fornece insumos

para repensar a atuação do museu considerando tais impactos.

MUSEUS E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Desenvolvimento sustentável pode ser entendido como o desenvolvimento capaz de atender as necessidades atuais das pessoas sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades. Geralmente são consideradas três dimensões: social, ambiental e econômica, com a cultura aparecendo por vezes como uma quarta dimensão a ser considerada.

Desde 2014 o Ibram tem trabalhado junto ao Programa Ibermuseus a fim de apoiar a implementação de modelos de gestão museal mais conscientes e sustentáveis. Um dos resultados desta colaboração é o Marco Conceitual Comum em Sustentabilidade, que pode ser acessado por meio do ibermuseos.org/pt/.

Outras publicações sobre o tema estão disponíveis no acervo digital do Ibram, disponível em: forum.acervos.museus.gov.br/publicacoes.

Mudanças, contudo, não são simples de avaliar. Podemos medir a geração de empregos comparando o número de empregos existentes em um dado momento com o número de um momento anterior. Mas como medir se estes empregos implicaram em melhoras nas condições de renda e trabalho das pessoas? Como analisar se houve mudanças no bem-estar dos indivíduos e como mensurar estas mudanças?

Uma das maneiras de colocar em prática uma análise deste tipo é elaborar

indicadores capazes de abarcar esses diferentes aspectos dos impactos dos museus.

Indicadores são ferramentas que permitem transformar conceitos em medidas quantitativas como valores absolutos, taxas ou proporções. Assim, ao mesmo tempo em que os indicadores permitem medir aspectos específicos da realidade, simplificando-a, eles também permitem comparar os fenômenos e os aspectos analisados.

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é um exemplo de indicador. Utilizado para medir o desenvolvimento e a qualidade de vida das pessoas, o IDH é composto por partes menores – as variáveis –, relacionadas à renda, longevidade e educação das populações. As métricas coletadas por meio destas variáveis compõem um índice – o IDH –, que é expresso em uma escala que varia de 0 a 1, indicando desde um IDH muito baixo até um IDH muito alto.

Com isso, o IDH possibilita a comparação do grau de desenvolvimento e de qualidade de vida entre populações de diferentes países ou mesmo de diferentes municípios brasileiros, neste caso, por meio do Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM).

Aqui, precisávamos de indicadores capazes de duas coisas.

Primeiro, avaliar as mudanças provocadas pelos museus sobre a vida das pessoas, a sociedade, a economia e a infraestrutura local. Segundo, medir estes impactos o mais próximo possível das diferentes realidades dos museus brasileiros. Para isso, utilizamos e propomos o uso do método Delphi.

MÉTODO DELPHI

O Delphi é um método de análise qualitativa que permite incluir conhecimento de especialistas, trabalhadores e usuários de serviços e equipamentos culturais ao indicar pontos de concordância entre eles sobre os temas pesquisados. O método envolve pelo menos duas rodadas de pesquisa junto aos grupos estudados, a saber:

- **Rodada 1.** Aplicação de entrevistas e/ou questionários abertos junto aos grupos estudados.

Nessa rodada, são feitas perguntas amplas às quais os entrevistados podem responder livremente, por exemplo: para você, quais impactos econômicos e sociais o museu gera junto à comunidade? Com isso, busca-se identificar os impactos observados pelos diferentes grupos.

- **Rodada 2.** Aplicação de questionários fechados junto aos grupos estudados.

A partir da análise das respostas obtidas na primeira rodada, são elaboradas uma série de afirmações que irão compor um segundo questionário. Este é reenviado aos participantes iniciais para que eles avaliem por meio de uma escala de 1 a 5 o quanto concordam ou discordam daquelas afirmativas, sendo 1 = discordo totalmente, 2 = discordo, 3 = nem discordo nem concordo, 4 = concordo, 5 = concordo totalmente. Por exemplo:

Por favor, avalie a afirmativa abaixo:

Museus despertam a consciência coletiva sobre a importância da preservação cultural e histórica.

Discordo totalmente



1



2



3



4



5

Concordo totalmente

Entende-se que existem pontos de concordância quando 65% ou mais dos participantes indicam concordar com aquela afirmação.

Como apresentado ao longo da introdução, entre 2019 e 2021 o Ibram e o Neccult aplicaram o método Delphi, entrevistando 171 pessoas divididas em dois grupos:

1. Especialistas do campo museal de todo o país; e
2. Gestores e pessoas envolvidas com cinco museus que compuseram a amostra inicial da pesquisa³.

O objetivo desta primeira etapa de pesquisa foi identificar os impactos socioeconômicos dos museus brasileiros por meio da verificação de pontos de concordância entre os entrevistados. Ou seja, no método Delphi, o indicador utilizado é o grau de concordância: entende-se que um impacto é provocado pelo museu quando pelo menos 65% dos entrevistados o identificam como tal. A partir de análise da literatura e das respostas obtidas, **identificamos 30 tipos de impactos provocados pelos museus brasileiros**, apresentados no Apêndice 1 desta publicação.

Estes impactos são agrupados em três grandes eixos e nove áreas, a saber:

3. Cinco museus compuseram a amostra utilizada para a aplicação piloto da metodologia aqui proposta, a saber: o Museu Casa de Cora Coralina, de Goiás (Goiás); o Museu Imperial, de Nova Petrópolis (Rio de Janeiro); a Fundação Casa Grande – Memorial do Homem Kariri, de Nova Olinda (Ceará); o Museu do Diamante, de Diamantina (Minas Gerais); e o Museu do Doce da Universidade Federal de Pelotas, de Pelotas (Rio Grande do Sul). Agradecemos a todas as equipes dos museus selecionados, aos especialistas e aos demais participantes que colaboraram e tornaram este trabalho possível.

Eixos	Áreas
Impactos socioeconômicos	Turismo
	Relação com a cultura, memória e identidade
	Educação e geração de conhecimento
	Economia
	Engajamento local
Impactos pessoais	Diversidade e inclusão
	Bem-estar
	Capacidade de reflexão individual
Impactos sobre a infraestrutura local	

Fonte: elaboração própria

Com isso, podemos dizer que estas áreas e os impactos observados nelas são os impactos gerados pelos museus brasileiros em geral. **Mas será que o seu museu gera estes mesmos impactos?**

E principalmente: será que seu museu gera os impactos pretendidos em seus instrumentos fundacionais e de planejamento?

Na sequência, apresentamos um passo-a-passo que permite que a sua organização museal dê prosseguimento a esse estudo, realizando sua própria avaliação de impactos. Para isso, sugerimos a aplicação de um questionário composto pelos 30 impactos verificados na primeira fase da pesquisa visando identificar, por meio da análise do grau de concordância dos seus entrevistados, as áreas e os impactos socioeconômicos provocados pelo seu museu.

EXTRA: CRIANDO SEUS PRÓPRIOS INDICADORES

É possível que, por meio das discussões realizadas na primeira etapa deste guia, você e sua equipe tenham pensado em aprofundar questões ou mesmo em analisar temas não abarcados na metodologia proposta.

Neste caso, uma opção pode ser a de desenvolver seus próprios indicadores. Algumas questões podem auxiliar nesse processo:

- O que você quer medir?
- Como este aspecto ou fenômeno que você gostaria de medir pode ser simplificado ou dividido em pontos menores?
- Como você pode medir isso?

- Estes dados já foram coletados? Por exemplo: são dados disponíveis sobre o nível de emprego do município?
- Os indicadores devem descrever de forma acurada o que estão medindo: não é recomendado incluir diferentes medidas dentro de um mesmo indicador.

Em caso de dúvida, uma possibilidade é pensar como aquele tema costuma ser expresso pelas pessoas. Por exemplo: se você busca medir o engajamento do público com o museu, você pode buscar entender se, para as pessoas, o museu é ou foi importante ao longo de suas vidas ou o quanto ele é lembrado pelo público em geral.

Dica: Ao trabalhar com informações qualitativas, busque simplificar as questões de forma a garantir que o indicador gere respostas pertinentes. Por exemplo: se você quiser entender o impacto do museu sobre a ampliação das perspectivas de seus visitantes, talvez melhor do que perguntar “o museu ampliou seu entendimento da realidade?” seja perguntar “você conheceu realidades e/ou pessoas novas após visitar o museu?”.

Lembrando que é desejável que um indicador tenha algumas características:

- Mesmo quando os indicadores forem relacionados a aspectos mais abstratos, como a percepção do público sobre um assunto, é importante que eles possam ser expressos em números, por exemplo, graus de concordância ou taxas de aprovação.

- A coleta dos dados deve ser feita com transparência metodológica em todas as etapas e para todos os envolvidos.
- Para que a pesquisa aconteça, a coleta de dados também deve ser feita com prazos e custos viáveis.

ETAPA 3. PREPARANDO A PESQUISA

Antes de iniciar sua avaliação de impactos, é preciso planejar como ela será conduzida. Os próximos passos buscam auxiliar nesse processo.

1. QUAIS SERÃO AS MINHAS FONTES DE DADOS?

Quando a pesquisa envolver a coleta de dados secundários, ou seja, de dados já obtidos por outras organizações ou pessoas, recomendamos a utilização de fontes oficiais. Você pode, por exemplo, consultar o Portal da Transparência do seu município para obter informações sobre os gastos públicos, ou consultar as plataformas disponibilizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para obter informações sobre a população local. No Apêndice 3 deste documento, apresentamos algumas sugestões de dados relacionados aos impactos econômicos dos museus que podem ser coletados para a análise, bem como indicações de onde encontrá-los.

Quando a pesquisa envolver a coleta de informações junto às pessoas, como no caso da metodologia sugerida, o primeiro passo é definir com quem você vai falar. Para avaliar o impacto do seu museu, sugerimos conversar com indivíduos de dois grupos:

1. Profissionais da área museal: aqui, podem ser incluídos especialistas, pesquisadores e professores que trabalhem com museus, bem como a equipe do museu, gestores locais e outros profissionais da região envolvidos com a área museal;

- 2. Público em geral: inclui visitantes e não-visitantes, por exemplo, alguém cujo trabalho está indiretamente vinculado ao museu, mas que não frequenta o espaço como visitante. Ainda, podem fazer parte dos entrevistados: estudantes, representantes do governo local, turistas e outros.
- **Amostra:** é a quantidade de pessoas de uma determinada população que será entrevistada para a pesquisa.
- **Grau de confiança ou margem de erro da pesquisa:** taxa calculada a partir da população e da amostra de pesquisa. De forma geral, quanto maior a amostra, mais a pesquisa refletirá as opiniões e características de uma população⁴.

2. COMO COLETAR INFORMAÇÕES JUNTO A PESSOAS?

Uma vez definidos os grupos a serem analisados, não costuma ser viável ou mesmo possível entrevistar a todos.

Assim, é recomendado definir uma amostra de pessoas que irão responder a pesquisa. Mas como saber quantas pessoas entrevistar?

Para que uma amostra seja representativa, a estatística lida com três elementos básicos:

- **População:** a população de uma pesquisa é composta pelo total de pessoas que compõem o(s) grupo(s) analisado(s). Ela pode ser, por exemplo, a soma de todos os trabalhadores formais e informais ligados ao museu, do público em geral e dos estudantes das escolas básicas que participaram das atividades em um determinado ano.

Para que a pesquisa não seja enviesada, isso é, para que seus resultados se aproximem da realidade e não reflitam apenas a percepção de alguns, é importante adicionar o maior nível de aleatoriedade possível na seleção dos entrevistados.

Considere, também, que os objetivos da sua pesquisa podem adicionar critérios para a sua amostra. Por exemplo: pode ser de interesse do museu ouvir uma mesma proporção de homens e mulheres, ou definir uma quantidade mínima de entrevistados de diferentes faixas etárias.

Contudo, é possível que estas proporções não reflitam a composição dos grupos analisados, podendo, também, enviesar a pesquisa.

As estratégias para a definição da amostra podem variar e devem ser discutidos os prós e os contras de cada uma delas⁵. Estes deverão ser considerados na hora de analisar e apresentar os resultados de sua pesquisa.

4. Na internet, é possível encontrar calculadoras de margem de erro que permitem calcular a amostra de acordo com o grau de confiança desejado. Você pode adotar este número como uma meta ou tê-lo em mente para saber o quão representativa é a sua amostra. O ideal é realizar pesquisas com uma margem de erro de 5% (consequentemente, um grau de confiança de 95%). Para obter esta taxa, se a população analisada for de 1.000 pessoas, o ideal seria entrevistar 278 pessoas. Caso não seja possível estimar a sua população, uma saída é fazer estimativas a partir de números como a população de sua cidade ou o número de turistas que costumam visitá-la. Lembrando que este é o ideal: nem sempre estes números são viáveis de obter, por isso, uma amostra menor não desqualifica a pesquisa, ainda que não seja tão representativa da população como um todo.

5. Uma opção para diminuir o viés da pesquisa pode ser a seleção do maior número possível de profissionais envolvidos com a área museal e, tendo como base o número de respostas obtidas deste grupo, buscar o mesmo número de respostas entre o público em geral. Com estes, contudo, podem ser aplicadas estratégias para a aleatorização: por exemplo, entrevistar uma a cada três pessoas que visitem o museu.

2.1. COMO APLICAR QUESTIONÁRIOS?

Existem diferentes métodos para a aplicação de questionários. Assim, é importante definir como serão aplicados os questionários.

Os questionários podem ser aplicados por alguém da sua equipe, seja presencialmente, por telefone ou chamada de vídeo. Por facilitar a interação com os participantes, essa abordagem pode aumentar o número de questionários efetivamente respondidos. Por outro lado, essa abordagem pode levar mais tempo e não fornecer as respostas adequadas.

Os questionários também podem ser impressos e entregues para os entrevistados. Aqui, você não terá o controle de que todas as questões obrigatórias, como o termo de consentimento de que vamos falar mais adiante, serão respondidas. Dessa forma, pode haver uma diminuição na quantidade de questionários que serão considerados válidos para a análise.

Por fim, os questionários podem ser aplicados virtualmente. Existem ferramentas gratuitas, como o Formulários Google, que possibilitam o desenvolvimento dos questionários, envio por e-mail ou link, e que armazenam todas as respostas em um único arquivo, facilitando a análise final.

Ainda, podem ser consideradas estratégias híbridas. Por exemplo: alguém da equipe pode, por meio do celular, intermediar a aplicação do questionário junto aos visitantes, ao mesmo tempo em que ele é enviado por e-mail para os profissionais entrevistados.

Antes de iniciar a execução da pesquisa, é importante considerar também:

Quais estratégias serão utilizadas para abordar os entrevistados?

- Você pode, por exemplo, divulgar a pesquisa pelas redes sociais do museu ou aproveitar algum evento para falar com as pessoas.

Quem será responsável pela comunicação?

- Seja na forma presencial, seja na virtual, alguém precisará entrar em contato com as pessoas e acompanhar se os questionários estão sendo respondidos. Recomendamos que ao menos uma pessoa fique responsável por essa parte, e que seja criado um canal permanente de comunicação com os entrevistados, como um e-mail com o qual eles possam entrar em contato.

Qual o período de aplicação do questionário?

- No caso de aplicação on-line ou por meio de questionários impressos, é preciso definir um período em que eles ficarão disponíveis para os entrevistados – mesmo que esse período possa ser ampliado ao longo do processo.

É possível que alguns questionários tenham que ser descartados.

- Considere que alguns questionários respondidos podem não ser válidos e, portanto, terão de ser descartados. Questionários impressos que não tenham consentimento do entrevistado ou outros cujas questões obrigatórias não forem respondidas, por exemplo, não poderão ser utilizados na análise. Por isso, é recomendável coletar mais respostas a fim de preencher a amostra pré-definida.

Lembre-se da avaliação final!

- Tenha em mente que, para a avaliação final da pesquisa, todos os questionários respondidos serão considerados. Por isso, recomendamos utilizar desde o início uma única plataforma digital. Assim, todas as respostas ficarão armazenadas em um único lugar, e não será necessário transcrever ou passar para o computador as respostas obtidas. Além de poupar trabalho, isso diminui a possibilidade de erro humano durante o processo.

Ao fim desta etapa, você terá definido os grupos a serem analisados, o tamanho da amostra de sua pesquisa (quantas pessoas você deseja entrevistar) e como se dará o processo de aplicação do questionário.



ETAPA 4. PREPARANDO OS QUESTIONÁRIOS

Os próximos passos auxiliam na formulação de duas sessões essenciais a um questionário: seu formulário de consentimento e as questões sobre o perfil do participante. Além disso, são dadas algumas sugestões para a adaptação do modelo básico de questionário proposto e apresentado no Apêndice 2 desta publicação.

1. CRIANDO UM TERMO DE CONSENTIMENTO

Antes de iniciar a aplicação de um questionário, existem informações sobre a pesquisa que devem ser fornecidas aos participantes:

- Título da pesquisa;
- Organização responsável;
- Objetivo da pesquisa.

Recomendamos que seja mantido o anonimato dos participantes, sem que seja coletado seu nome ou sem que ele seja vinculado às respostas. Ainda assim, os entrevistados deverão ser informados antes de sua participação na pesquisa:

- Se a pesquisa será ou não anônima, isso é, se haverá a coleta de dados pessoais (nome e contato, por exemplo).
- Quais as implicações da participação na pesquisa: por exemplo, a depender de em qual etapa as informações serão tornadas anônimas, pode não ser possível retirar as informações coletadas caso o entrevistado queira deixar de participar na pesquisa.

- Os cuidados que serão tomados com as informações coletadas: por exemplo, os dados coletados só ficarão disponíveis para a equipe envolvida na pesquisa e durante a sua execução.
- Se o participante terá riscos ou benefícios em participar da pesquisa: é importante destacar que, por exemplo, a participação na pesquisa não será remunerada.
- Como o participante pode obter mais informações sobre a pesquisa: por exemplo, como ele pode entrar em contato com a equipe de pesquisa.
- Faixa etária
- Identidade de gênero
- Orientação sexual
- Identificação racial/étnica
- Religião
- Escolaridade
- Profissão
- Cidade ou bairro em que reside

Ao formular estas questões, recomendamos:

- Dar preferência para respostas fechadas, isso é, fornecer respostas pré-definidas.
- Quando aplicável, permita que o usuário indique outras respostas no caso de que sua resposta não esteja entre as fornecidas. Por exemplo: inclua uma opção de “Outros” ao perguntar sobre a cidade de residência.
- Quando aplicável, criar grupos ou faixas de respostas: por exemplo, solicitar que indiquem sua faixa etária e não sua idade ou ano de nascimento.
- Sempre que se tratar de um tema sensível, incluir uma opção de “prefiro não responder”, como no caso de orientação sexual e religião.
- Caso a informação seja considerada essencial para a pesquisa, os formulários on-line permitem que você a deixe como obrigatória para seguir com o preenchimento do questionário. Contudo, isso pode fazer com que o participante desista de responder. Essa possibilidade deve ser analisada pela equipe de pesquisa.

Estas informações irão compor o seu Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. É importante garantir que o participante indique o consentimento antes de responder o questionário.

Em questionários on-line é possível, durante a sua construção, indicar esta questão como obrigatória.

Atenção:

Para a aplicação do questionário junto a menores de 18 anos, é necessário que um responsável responda ao Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e que a criança indique que entende a proposta e aceita participar da pesquisa por meio de um Termo de Assentimento.

2. CONSTRUINDO UMA SESSÃO DE PERFIL DOS PARTICIPANTES

A aplicação dos questionários permite, também, a coleta de uma série de informações sobre os grupos analisados. Para isso, é importante incluir questões sociodemográficas logo no início de sua pesquisa. Ainda que esses dados tenham que conversar com os objetivos de sua pesquisa, algumas perguntas comumente incluídas são:

Um modelo de questões de perfil do entrevistado é fornecido no Apêndice 2.

3. ADAPTANDO O QUESTIONÁRIO AO SEU MUSEU

Como apresentado durante a Etapa 2, sugerimos que você aplique o questionário que se encontra no Apêndice 2 deste documento. Este questionário é composto por 30 afirmações com as quais pelo menos 65% dos especialistas, gestores e envolvidos locais dos museus consultados indicaram ter concordância.

Este questionário, portanto, analisa o grau de concordância ou discordância de seus participantes quanto a afirmações sobre a geração de impactos específicos por parte dos museus. Para isso, ele utiliza uma Escala Likert de concordância, a saber:

1 = discordo totalmente | 2 = discordo | 3 = neutro | 4 = concordo | 5 = concordo totalmente

Para medir as áreas de impacto do seu museu, sugerimos que você adapte as questões para ele. Vamos usar o exemplo do Museu Fictício, localizado na Cidade Imaginária. Para medir o impacto dos museus sobre o turismo local, são propostas duas afirmativas:

Museus atraem visitantes para as cidades em que se localizam, o que gera empregos, renda e criação de novos empreendimentos, fortalecendo a cadeia produtiva e incentivando o turismo na região.

Museus integram os turistas com a cidade em que estão inseridos, pelo compartilhamento da cultura, da vivência local em suas exposições e de novas experiências aos turistas por meio das atividades culturais que proporcionam.

Para aplicar estas questões, a equipe do Museu Fictício poderia solicitar aos entrevistados:

Quanto aos impactos do Museu Fictício sobre o turismo, por favor, avalie as afirmações abaixo em uma escala de 1 a 5, sendo 1 = discordo totalmente, 2 = discordo, 3 = indiferente, 4 = concordo, e 5 = concordo totalmente.

O Museu Fictício atrai visitantes para a Cidade Imaginária, o que gera empregos, renda e criação de novos empreendimentos, fortalecendo a cadeia produtiva e incentivando o turismo na região.

O Museu Fictício integra os turistas com a Cidade Imaginária, pelo compartilhamento da cultura, da vivência local em suas exposições e de novas experiências aos turistas por meio das atividades culturais que proporciona.

Você e sua equipe podem, ainda, deixar uma questão aberta opcional ao fim do questionário ou a cada área de impacto para que os entrevistados comentem suas respostas e avaliações.

Lembre-se, contudo, que as respostas de todos os participantes deverão ser consideradas na avaliação final, e que respostas faladas – seja por telefone ou em entrevistas face-a-face – deverão ser gravadas e transcritas para a análise.

Além de questões com escala, outros tipos de respostas costumam ser utilizados em questionários. Por exemplo:

- Questões de ranqueamento: utilizadas para ordenar itens em ordem de importância. Nestas questões, são fornecidas uma série de tópicos aos participantes e é pedido que eles os ordenem de acordo com a importância que dão aos tópicos.

Um exemplo de uma questão de ranqueamento seria:

Por favor, indique quais serviços fornecidos pelo museu você considera mais importantes, sendo 1 = menos importante e 5 = mais importante.

- () Mostras itinerantes
- () Acervo próprio
- () Espaços de convivência
- () Infraestrutura (wi-fi, banheiros)
- () Ações realizadas fora do museu (consultorias, outros)

- Questões binárias: geralmente de resposta Sim/Não. Podem ser adicionadas opções como “Não se aplica” ou “Talvez”, com possíveis implicações sobre a qualidade das informações obtidas para a análise final.

Você já participou de uma atividade realizada pelo museu?

- () Não. () Sim.

- Questões de múltipla escolha com resposta única: nestas questões, são fornecidas diferentes respostas possíveis e espera-se que o participante indique apenas uma. Caso seja adicionada uma opção “Outro” pode ser de interesse dos pesquisadores abrir um campo para que o respondente indique sua resposta.

Como você se desloca até o museu? Por favor, escolha apenas uma questão.

- () A pé.
- () Transporte público (ônibus, metrô, trem).
- () Bicicleta.
- () Veículo próprio (carro e/ou moto).
- () Outro. Qual?

- Questões de múltipla escolha com resposta múltipla: nestas questões, o participante pode escolher mais de uma resposta dentre as fornecidas. É importante destacar na própria questão que ela comporta mais de uma escolha.

Depois de visitar o museu, você costuma: (por favor, indique todas as respostas que se aplicam)

- () Conversar com amigos sobre a sua experiência.
- () Compartilhar suas experiências em redes sociais.
- () Se sentir inspirado para aprender sobre coisas novas.
- () Refletir sobre questões relacionados à sua vida e realidade.
- () Outro. Qual?

- Questões abertas: são aquelas questões em que não são fornecidas opções de resposta para o candidato e espera-se que ele fale ou escreva sua resposta. No caso de questionários on-line, é possível limitar o tamanho da resposta por meio da definição do número máximo de caracteres. Você pode utilizar este tipo de questão para que o participante faça comentários gerais ou para que, caso ele deseje, deixe seu e-mail para que sejam enviados os resultados da pesquisa.

Você gostaria de adicionar algum comentário sobre os impactos do museu sobre a sua vida, a cidade ou outros aspectos que você considere importante?

Você pode utilizar estes diferentes tipos de questões ao abrir ou encerrar seu questionário, ou em outras pesquisas realizadas pelo seu museu. É sempre importante levar em consideração os

objetivos específicos de sua pesquisa, os grupos que serão entrevistados e o público para o qual vocês pretendem divulgar os resultados da pesquisa.

4. ENCERRANDO O QUESTIONÁRIO

Ao finalizar a aplicação de um questionário, seja on-line ou presencial, é de bom tom repassar algumas informações ao participante e agradecer sua participação na pesquisa.

Em um questionário on-line, por exemplo, podem ser incluídas questões de comentários finais e um espaço para que o participante deixe seu contato caso queira receber a pesquisa ou informações sobre o museu. Ainda, é importante agradecer sua participação e lembrar que, em

caso de dúvida, é possível entrar em contato com a equipe de pesquisa por meio do canal de contato fornecido, por exemplo, por meio do e-mail exemplo@pesquisa.com.

Ao fim destes passos, você terá um questionário completo, com um termo de consentimento, questões de perfil dos participantes, questões relacionadas ao impacto do seu museu e os textos e questões de encerramento do questionário.

ETAPA 5. COLETANDO AS INFORMAÇÕES

Chegando aqui, você já saberá os objetivos de sua pesquisa e terá desenvolvido suas estratégias de coleta de dados junto a amostra definida. Agora é hora de ir a campo, e aqui damos algumas dicas.

1. INTERMEDIANDO A APLICAÇÃO DE QUESTIONÁRIOS E/OU ENTREVISTAS

Aqui, consideramos qualquer aplicação que seja feita por alguém da equipe, seja presencialmente, por telefone ou chamada de vídeo junto aos participantes. Nesses casos, lembre-se que:

1. Você precisará registrar as informações obtidas:
 - Caso o questionário seja composto somente por questões objetivas, é possível que o aplicador registre as respostas no papel ou diretamente em uma plataforma digital.
 - No caso de uma entrevista ou de um questionário com questões abertas, será necessário gravar o vídeo e/ou áudio da entrevista. Nestes casos, é obrigatório avisar o participante de que seu vídeo e/ou áudio será gravado e verificar se, ainda assim, ele concorda em participar da entrevista.
 - Atenção: para a análise dos dados, será necessário transcrever as gravações.
 - Certifique-se de que todos os papéis e/ou arquivos sejam armazenados em um único local para que nada seja perdido.

1. Antes de dar início a aplicação do questionário ou da entrevista, é preciso ler as informações do Termo de Consentimento e verificar se o participante concorda com elas.
 - Certifique-se de que o participante entendeu o objetivo da pesquisa e o motivo dele ter sido convidado a participar.
 - Destaque que ele pode deixar de participar a qualquer ponto da aplicação do questionário/entrevista: a participação deve ser voluntária, sem ônus ou bônus aos participantes.
 - Quando for o caso, informe o participante sobre como suas informações serão armazenadas e como será mantido o anonimato. Por exemplo: entrevistas com áudio gravado podem, inclusive, quando transcritas, receber códigos para evitar a identificação do participante. Explique, também, como serão utilizadas as informações obtidas: elas irão compor um relatório final, uma apresentação?
- Esclareça que a assinatura não removerá o anonimato das respostas: para isso, é importante que o Termo de Consentimento e o questionário sejam documentos separados e que a assinatura do participante não seja armazenada junto ao seu questionário. Recomendamos que tenha alguém responsável por receber os questionários, de forma a garantir que somente aqueles com o Termo assinado sejam recebidos.
 - Neste caso, pode não ser mais possível que o participante desista de participar da pesquisa uma vez que seu questionário tenha sido entregue. Informe isto ao participante.
 - Caso o questionário possa ser preenchido e entregue em outro momento, insira informações sobre até quando aquele questionário poderá ser entregue.

2. Cuidados com o armazenamento:

- Tenha controle de quais questionários estão sendo aplicados e/ou recebidos, inserindo, por exemplo, um código de identificação neles.
- Evite perder informações: digitalize os questionários e os Termos de Consentimento, armazenando-os também de forma digital.

Atenção: lembre-se que, mesmo quando digitalizados, para a análise dos dados será necessário transcrever as respostas para um único formato, por exemplo, para CSV (formato de arquivo aceito pelo Excel).

2. APLICANDO QUESTIONÁRIOS IMPRESSOS

Em alguns casos, pode ser interessante fornecer o questionário para que os participantes o respondam em casa ou até durante a visita ao museu. Nesses casos, é importante considerar:

1. Questionários impressos também devem conter o Termo de Consentimento. Se possível, forneça o questionário somente depois do participante ter assinado o termo.

Importante: lembre-se que questionários cujo termo não foi assinado não serão

3. APLICANDO QUESTIONÁRIOS ON-LINE

- Escolha a ferramenta a ser utilizada para a aplicação de seu questionário, como o Formulários Google, Survey Monkey ou outra de sua preferência. O principal benefício destas ferramentas é a compilação das respostas em um único lugar, possibilitando tanto o acompanhamento dos resultados das respostas ao longo da aplicação dos questionários, com gráficos atualizados a cada resposta, quanto a exportação (download) dos dados para documentos de diferentes formatos, como CSV (Excel) e PDF.

O Formulários Google é gratuito, assim como a versão básica do Survey Monkey e de outras ferramentas como o Survio e o Typeform.

- Certifique-se de que o questionário a ser aplicado está completo, com Termo de Consentimento, questões de perfil, questões gerais e textos de encerramento.

Dica: peça para alguém da equipe responder ao seu questionário para testar se ele funciona bem e para verificar o tempo necessário para respondê-lo.

- Para garantir que o Termo de Consentimento seja respondido, deixe-o na primeira página e marque-o como questão obrigatória.
- Ao enviar o convite para que as pessoas participem e acessem o questionário, lembre-se de apresentar brevemente a pesquisa, destacar o período em que o questionário aceitará respostas e, se possível, informar sobre o tempo necessário para

responder o questionário (medido por meio do teste realizado antes de tornar o questionário público).

Sugestão: defina um prazo amplo e envie lembretes para as pessoas de tempos em tempos, especialmente caso a taxa de respostas seja baixa.

Observação: em geral, há uma taxa de retorno de 30% dos questionários enviados. Tenha em mente, portanto, que você precisará divulgar sua pesquisa de forma ampla, mas também contatar pessoas para que o questionário seja respondido.

- Os dados serão automaticamente armazenados e sistematizados em um único arquivo, que ficará disponível para download em diferentes formatos a depender das ferramentas utilizadas.

Dica: lembre-se de manter salva uma versão original do arquivo.

Ao fim desta etapa, é altamente recomendável que todas os questionários e/ou entrevistas sejam armazenados de forma digital. Isso envolve tanto a digitalização dos documentos impressos quanto a transcrição das respostas obtidas e o seu armazenamento em um ou mais arquivos.

ETAPA 6. ANALISANDO OS DADOS

Para esta etapa, é recomendável contar com alguém que tenha experiência com análise de dados. Se isso não for possível, recomendamos que sejam realizadas as seguintes etapas:

PASSO 1: VERIFICANDO OS QUESTIONÁRIOS

É importante garantir que os questionários e entrevistas utilizados sejam válidos.

Para isso, verifique se houve o consentimento do participante: se não foi indicado consentimento por meio do Termo, o questionário não pode ser considerado para a análise. Também lembre de verificar se todas as questões obrigatórias estão respondidas. Além disso, você pode considerar:

- Os participantes fazem parte dos grupos analisados? Por exemplo, caso tenha sido definido que apenas maiores de 18 seriam entrevistados, todas os questionários e entrevistas de menores de idade devem ser removidos.
- As questões definidas pela sua equipe como obrigatórias foram respondidas? Se não, é recomendável remover o questionário.

PASSO 2: CONHECENDO OS DADOS

Para visualizar os dados de forma integral, é importante que todos eles estejam em

um único lugar. Apesar de existir diferentes formatos, softwares e plataformas para a análise de dados, as mais acessíveis são as Planilhas Google, que permitem o compartilhamento on-line entre diferentes pessoas e a edição conjunta, o Microsoft Excel e o Libre Office Calc, que é uma versão gratuita e de código aberto similar ao Excel.

Se você não tiver familiaridade com estes programas, recomendamos fazer um curso rápido. Existem cursos disponíveis de forma gratuita na internet. Por exemplo: o Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFRS) oferece cursos sobre o Planilhas Google e disponibiliza materiais sobre o uso do LibreOffice Calc, enquanto a Escola Virtual da Fundação Bradesco oferece um curso rápido de Excel.

Lembre-se de fazer uma cópia do documento original e armazená-la sem alterações.

PASSO 3. ANALISANDO OS DADOS

Neste ponto, é importante recuperar os objetivos da pesquisa: o que vocês quiseram saber dos participantes ao elaborar o perfil? Que informações podem ser úteis para pensar o planejamento interno do museu? Será que é possível perceber diferentes padrões de respostas conforme, por exemplo, a faixa etária dos respondentes?

Caso você tenha aplicado o questionário aqui proposto, lembre-se que apenas afirmações que obtiveram 65% ou mais de concordância entre os entrevistados indicam a existência de um consenso sobre seu museu impactar a temática ou área contida na afirmação avaliada. Assim:

- Indicam concordância aquelas respostas indicadas como 4 (concordo) ou 5 (concordo totalmente), ou seja, somente são consideradas afirmações com mais de 65% das respostas contendo “concordo” ou “concordo totalmente”.
- Para analisar as respostas, você pode atribuir valores as respostas: aquelas de concordância (4 e 5) teriam valor 1, enquanto as demais (1, 2 e 3), zero. Assim, se você somar as respostas de todos os participantes para uma determinada questão, obterá a taxa de concordância com aquela determinada afirmação.

Lembre-se: considere apenas as respostas dos questionários válidos.

É provável que nem todas as afirmações obtenham o grau mínimo de concordância exigido pelo método. Para entender se essa informação representa ou não um alerta sobre a atuação do museu, é preciso analisá-la considerando a missão, seus objetivos e a realidade local.

Por exemplo, digamos que durante a análise dos dados obtidos por meio da aplicação dos questionários, a equipe do Museu Fictício perceba que duas afirmações obtiveram menos que 65% de concordância entre os entrevistados:

O Museu Fictício fortalece o senso de pertencimento dos moradores locais pela identificação do indivíduo com o que representa sua região.

O Museu Fictício auxilia na captação de recursos públicos e atração de investimentos para a Cidade Imaginária, já que é um atrativo turístico e alavanca a importância econômica da região.

Ou seja: a pesquisa indica que não há concordância entre os entrevistados sobre

o Museu Fictício fortalecer o senso de pertencimento local e tampouco sobre seus impactos na atração de recursos e investimentos para a região da Cidade Imaginária.

O Museu Fictício tem como missão preservar a identidade da comunidade em que se localiza, mas não tem entre seus objetivos atuar como um atrativo turístico da Cidade Imaginária. Ademais, a equipe do Museu Fictício pondera que a Cidade Imaginária praticamente não tem fluxo turístico. Assim, na avaliação da equipe do Museu Fictício, a discordância quanto à segunda afirmação não representa um problema. Contudo, considerando a missão do Museu Fictício, a discordância quanto à primeira afirmação acende um alerta entre a equipe: é preciso entender por que os entrevistados não identificam o fortalecimento do senso de pertencimento como um dos impactos do Museu Fictício, e, se necessário, encontrar caminhos para ampliar seus impactos nesta área.

Dessa forma, mais do que ver se há ou não o grau de concordância exigido, a análise dos resultados depende do engajamento e da avaliação da equipe responsável pela pesquisa. Como no exemplo do Museu Fictício, é preciso que os avaliadores considerem outros fatores para entender os resultados obtidos na avaliação de impactos realizada, como dados da realidade local ou o perfil dos participantes.

Para obter o perfil dos participantes, é necessário retornar às questões de perfil presentes no questionário. Houve, por exemplo, maior participação de algum gênero ou de trabalhadores do setor museal em detrimento de visitantes? Estas diferenciações podem auxiliar na compreensão de alguns resultados da avaliação.

Ainda é possível analisar as respostas fazendo o recorte por grupos de participantes. Ou seja: além de analisar o grau de concordância entre todos os respondentes, você pode analisar se há diferença entre o grau de concordância de acordo com critérios específicos.

É possível, por exemplo, que as respostas apresentem uma variação entre as diferentes faixas etárias dos respondentes. Ou, ainda, que 65% ou mais dos trabalhadores concordem que o museu traz contribuições econômicas para a cidade, mas que menos de 65% dos visitantes indique concordância quanto a esta afirmação. Neste caso, seria interessante avaliar os resultados tendo como guia dados sobre a participação econômica do museu na cidade, conforme indicado no Apêndice 3 deste Manual.

Sobretudo em casos de discordância quanto a áreas relacionadas à missão e aos objetivos do museu, é importante abrir espaços para o diálogo. No exemplo utilizado, seria recomendável que a equipe do Museu Fictício buscasse falar com pessoas da comunidade para entender como elas percebem o Museu e quais sugestões elas têm para que o Museu possa fortalecer o senso de pertencimento daquela comunidade.

Essas estratégias deverão ser traçadas pelas equipes de cada museu, considerando suas possibilidades e realidades.

Lembre-se: o principal objetivo da avaliação de impacto aqui proposta é o de gerar informações que possam ser apropriadas pelas organizações museais, servindo de subsídio para a avaliação e o planejamento de suas ações.

Por isso, é importante que ela seja feita pelas próprias equipes dos museus, mas também que seja feita regularmente, permitindo avaliar se possíveis mudanças na atuação do museu estão gerando os impactos esperados.



ETAPA 7. APRESENTANDO A PESQUISA

Apresentar os resultados de uma pesquisa é como contar uma história: ela precisa fazer sentido para os que a escutam. Dessa forma, é preciso discutir junto à equipe do museu para quem serão comunicados os resultados da sua pesquisa. Os públicos de interesse desta pesquisa podem ser, por exemplo:

- A equipe museal, para melhor entender o funcionamento do museu e embasar o planejamento interno;
- Financiadores e apoiadores, para prestar contas ou atrair investimentos;
- Público do museu, para qualificar a atuação do museu ou ampliar a divulgação de seus programas;
- Agentes públicos locais, para embasar o diálogo e possíveis parcerias.

Com a pesquisa concluída, é o momento de você recuperar os pontos discutidos no início e pensar em como apresentar a história de seu museu e a história contada pelos dados. Aqui vão algumas sugestões:

- Adapte sua abordagem ao público. Ainda que o informe final dos resultados seja único, as apresentações destes resultados podem ter diferentes formatos e utilizar diferentes linguagens a fim de ser melhor compreendidas por quem escuta.
- Lembre-se de introduzir a sua pesquisa de forma simples e rápida, apresente o

processo e a metodologia utilizada para que todos entendam o que foi feito.

- Simplifique! Nem todas as informações serão de interesse da sua audiência. Enfatize os principais achados.
- Destaque qual a importância dos seus achados. Em sua apresentação, conecte os objetivos da pesquisa aos resultados a fim de mostrar a sua importância.
- Finalize indicando o que será feito: como esses achados influenciarão os próximos passos de seu museu?

Por fim, lembre-se: ainda que a avaliação realizada seja primeiramente de interesse da organização museal, compartilhar informações sobre seu desenvolvimento ou seus resultados pode contribuir para que outras organizações produzam suas próprias avaliações, colaborando para uma melhor compreensão dos impactos socioeconômicos do setor museal brasileiro como um todo.



REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei nº 11.904 de 14 de janeiro de 2009**, que institui o Estatuto de Museus e dá outras providências.

Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l11904.htm. Acesso em: 09 set. 2021.

CAREY, S.; DAVIDSON, L.; SAHLI, M. **Capital city museums and tourism flows: An empirical study of the museum of New Zealand Te Papa Tongarewa**. International Journal of Tourism Research, v. 15, n. 6, p. 554-569, 2013.

Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/jtr.1874>; Acesso em 03 mai. 2018.

DRAIBE, S. M. Avaliação de implementação: esboço de uma metodologia de trabalho em políticas públicas. In: BARREIRA, M. C. R. N.; CARVALHO, M. C. B. (Orgs.). **Tendências e perspectivas na avaliação de políticas e programas sociais**. São Paulo: IEE/PUC-SP, 2001.

PLAZA, B.; GALVEZ-GALVEZ, C.; GONZALEZ-FLORES, A. **Research note: Testing the employment impact of the Guggenheim Museum Bilbao via TSA**. Tourism Economics, v. 17, n. 1, p. 223-229, 2011.

Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.5367/te.2011.0032>.

Acesso em 12 mar 2019.

ROCHE, C. **Avaliação de impacto dos trabalhos de ONGs: aprendendo a valorizar as mudanças**. São Paulo; Cortez: ABONG; Oxford: Oxfam, 2000.

SCOTT, C. Museums and Impact.
The Museum Journal 46/3, 293–310, 2003.

SCOTT, C. Museums: impact and value.
Cultural Trends. Vol.15(1), n.57, mar 2006,
p. 45-75.



APÊNDICE 1

IMPACTOS DOS MUSEUS BRASILEIROS VERIFICADOS

Como apresentado ao longo do documento, este manual tem como pesquisa prévia a aplicação do método Delphi junto a 171 profissionais de todo território nacional e a gestores e convidados de cinco museus que compuseram a amostra inicial da pesquisa, a saber: o Museu Casa de Cora Coralina, de Goiás (Goiás); o Museu Imperial, de Nova Petrópolis (Rio de Janeiro); a Fundação Casa Grande – Memorial do Homem Kariri, de Nova Olinda (Ceará); o Museu do Diamante, de Diamantina

(Minas Gerais); e o Museu do Doce da Universidade Federal de Pelotas, de Pelotas (Rio Grande do Sul).

Por intermédio da abordagem qualitativa utilizada, foi possível identificar uma série de pontos de concordância entre os entrevistados quanto aos impactos socioeconômicos provocados pelos museus brasileiros. Os impactos identificados podem ser agrupados em três grandes eixos de impacto dos museus e subdivididos em nove áreas de impacto. São elas:

EIXOS	ÁREAS
Impactos socioeconômicos	Turismo
	Relação com a cultura, memória e identidade
	Educação e geração de conhecimento
	Economia
	Engajamento local
Impactos pessoais	Diversidade e inclusão
	Bem-estar
	Capacidade de reflexão individual
Impactos sobre a estrutura local	

Fonte: elaboração própria

Na sequência são apresentadas as afirmações validadas por meio do método Delphi (com 65% ou mais de concordância entre os entrevistados), organizadas por eixos.

EIXO 1. IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS

Turismo

1. Museus atraem visitantes para as cidades em que se localizam, o que gera empregos, renda e criação de novos empreendimentos, fortalecendo a cadeia produtiva e incentivando o turismo na região.
2. Museus integram os turistas com a cidade em que estão inseridos, pelo compartilhamento da cultura, da vivência local em suas exposições e de novas experiências aos turistas por meio das atividades culturais que proporcionam.

Relação com a cultura, memória e identidade

3. Museus preservam, estimulam e promovem produções culturais locais e a cultura local, ao reunirem aspectos importantes das comunidades, construir pontes com as novas gerações e cultivarem um espaço plural, inclusivo e receptivo à promoção de artistas e exibição de atividades culturais.
4. Museus incentivam o desenvolvimento de outras atividades culturais, formando públicos e inserindo indivíduos da comunidade em um ambiente cultural.

5. Museus auxiliam na percepção do público sobre a importância da cultura, pois estimulam a reflexão sobre preservação cultural e incentivam atividades culturais, como a leitura.
6. Museus são espaços que acolhem variados públicos e expressões culturais, possibilitando acesso à cultura e conhecimento cultural e promovendo a cidadania.
7. Museus fortalecem o senso de pertencimento dos moradores locais pela identificação do indivíduo com o que representa sua região.

Educação e geração de conhecimento

8. Museus são espaços educativos, que constroem e compartilham conhecimentos diversos e plurais de maneira acessível e democrática.
9. Museus têm papel importante de apoio ao sistema educacional, funcionando como um espaço de ensino e pesquisa para escolas e universidades, com produção científica direta.
10. Museus contribuem para a formação de profissionais de diversas áreas e para a qualificação de mão-de-obra local, promovendo eventos de profissionalização e educação do público.
11. Museus propiciam o conhecimento da cultura local ao abrigarem manifestações culturais locais, proporcionando troca de saberes entre a comunidade e os visitantes.

Economia

12. Museus têm impacto positivo na economia, gerando empregos e rendas diretos e indiretos bem como consumindo bens e serviços,

incentivando a economia regional e fortalecendo arranjos produtivos locais.

13. Museus auxiliam na captação de recursos públicos e atração de investimentos para os municípios onde estão localizados, já que são atrativos turísticos e alavancam a importância econômica das suas localidades.
14. Museus contribuem para o aumento da arrecadação de impostos, com a atração de visitantes e turistas que utilizam serviços na cidade, como hotelaria, alimentação e transporte.
15. Museus podem incentivar modelos de negócios mais sustentáveis, ao valorizar a economia solidária e o empreendedorismo social.
16. Museus fomentam a economia criativa, desenvolvendo o trabalho de artistas e profissionais locais ligados a estes setores, bem como formando redes de cooperação entre estes.

Engajamento local

17. Museus podem ser espaços para tomadas de decisão coletivas, assumindo o papel de espaço de integração da comunidade.
18. Museus despertam a consciência coletiva sobre a importância da preservação cultural e histórica.

EIXO 2. IMPACTOS PESSOAIS

Diversidade e inclusão

19. Museus são um espaço aberto ao debate, à construção de diálogo e à divulgação de causas sociais, promovendo pautas e ações plurais que

contribuem para a inclusão de minorias sociais, a aceitação da diversidade e a diminuição dos preconceitos.

20. Museus são um ambiente de inclusão para as crianças da comunidade, o que contribui também para a diminuição da vulnerabilidade social.
21. Museus são um meio de reconhecimento dos direitos de cidadania pela construção de diálogos e reflexões, especialmente de pessoas em situação de vulnerabilidade.
22. Museus fomentam a coesão social, promovendo inclusão ao valorizar a vida humana.

Bem-estar

23. Museus são espaços de interação social, que promovem experiências inovadoras para os indivíduos e contribuem para a criação e fortalecimento de laços afetivos entre a comunidade e os visitantes, elevando sua satisfação pessoal.
24. Museus criam externalidades positivas para outros setores, como saúde e educação, ao promoverem bem-estar e qualidade de vida.
25. Museus promovem a socialização do indivíduo ao configurarem um espaço público e de contato entre as pessoas por meio de diferentes ações, educativas e/ou culturais, aumentando a qualidade de vida e contribuindo para o desenvolvimento da comunidade.

Capacidade de reflexão individual

26. Museus apresentam novos conteúdos e perspectivas aos visitantes, possibilitando descobertas de novos interesses pessoais e ampliando o

capital cultural, o repertório e a visão de mundo dos indivíduos.

EIXO 3. IMPACTOS SOBRE A INFRAESTRUTURA LOCAL

27. Museus provocam reflexões e despertam sentimentos por meio da expressão das artes e de ações educativas, contribuindo para alterar o comportamento e percepção do público.

28. Museus provocam reflexões históricas e culturais que despertam a conscientização sobre o futuro e fomentam a compreensão do papel do indivíduo no mundo.

29. Museus contribuem para a preservação da arquitetura urbana, ao promover a conservação do(s) prédio(s) que ocupam, incentivando a manutenção adequada dos espaços do entorno.

30. Museus incentivam que a cidade se torne mais acessível e inclusiva a pessoas com deficiência física, ao melhorar a acessibilidade de suas instalações para pedestre

APÊNDICE 2

MODELO BÁSICO DE QUESTIONÁRIO

Para analisar os impactos de seu museu, propomos a verificação do grau de concordância dos entrevistados em relação a 30 impactos provocados pelos museus brasileiros nas realidades locais, expressos na forma de afirmações.

Como explicado ao longo desta publicação, estas afirmações foram construídas e devem ser avaliadas por meio do método Delphi, que identifica pontos de consenso entre os entrevistados quando 65% ou mais deles expressaram concordância com aquela afirmação (indicaram concordar ou concordar totalmente com a afirmação, ou, na escala Likert proposta, responderam com 4 ou 5).

Atenção: para enfatizar a relação entre a afirmação e o museu, recomendamos inserir o nome da organização museal e sua localização quando mencionados no questionário.

Reforçamos, também, que é importante inserir em seu questionário os seguintes campos:

- Um campo inicial, com título da pesquisa; breve apresentação desta (quem faz, objetivos, etc.); Termo de Consentimento Livre e Esclarecido; questões relacionadas ao perfil do participante (faixa etária, cidade de residência e outros).
- Após as afirmações, espaço aberto para comentários finais do participante e textos de encerramento.

A seguir, apresentamos um modelo básico de questionário que, com as devidas adequações, pode ser replicado para avaliar os impactos de sua organização museal.

MODELO BÁSICO DE QUESTIONÁRIO (PARA APLICAÇÃO ON-LINE)

Pensado para aplicação on-line, o questionário a seguir é dividido em cinco telas: apresentação, com a questão acerca de consentimento; questões de perfil; impactos socioeconômicos; impactos pessoais; impactos sobre a infraestrutura local e questão final; e agradecimentos. Ainda, o questionário conta com uma breve apresentação de cada uma das áreas de impacto (turismo; relação com a cultura, memória e identidade; educação e geração de conhecimento; economia; engajamento local; diversidade e inclusão; bem-estar; capacidade de reflexão individual; impactos sobre a infraestrutura local), seguida das afirmações relativas aos impactos de cada área.

Recomendamos que as menções ao museu e à localidade sejam adaptadas para o seu museu, inserindo o seu nome e de sua cidade.

A maioria das questões são fechadas, com respostas de múltipla escolha (por exemplo, idade e as questões de avaliação), outras, como indicado ao longo do questionário, são abertas. Considerando a natureza do questionário, recomendamos que todas as perguntas sejam inseridas como obrigatórias.

TELA 1. TEXTO INTRODUTÓRIO PARA O QUESTIONÁRIO E TERMO DE CONSENTIMENTO

Prezado(a) participante,

Seja bem-vindo(a) à pesquisa de avaliação de impactos do museu. Por favor, leia com atenção a descrição abaixo e, caso tenha quaisquer dúvidas, contate os pesquisadores nos canais informados ao final.

Esta pesquisa é uma iniciativa do **museu**, e tem como objetivo compreender como sua atuação impacta a vida das pessoas, a sociedade, a economia e a infraestrutura local.

Ele está sendo desenvolvido pela **equipe do museu**, e você pode entrar em contato conosco pelo e-mail pesquisa@exemplo.com ou pelo telefone 00 0000-0000.

O presente questionário está organizado em 5 seções, sendo 3 delas compostas por perguntas do tipo matriz com diferentes afirmações para optar entre níveis de uma escala de 1 a 5, variando entre “discordo totalmente:” e “concordo totalmente”. Estima-se que o questionário demandará aproximadamente 20 minutos da sua atenção, e deve ser respondido no mesmo acesso.

As respostas serão anônimas e assim permanecerão durante o decorrer da pesquisa e da divulgação de seus resultados.

A sua participação é voluntária, e não envolverá qualquer tipo de custo ou benefício monetário.

O prazo final para responder este questionário será DD/MM/AAAA.

Ao responder este questionário, você contribui para as reflexões sobre o valor da cultura e os impactos socioeconômicos dos museus no cenário brasileiro. Ficamos felizes por contar com a sua participação!

Antes de continuar, você confirma que leu, compreendeu e concorda com o formato de sua participação neste questionário?

- Sim, confirmo e concordo.
- Não, discordo.

Atenção: ao construir o formulário on-line, é possível modificar para onde cada resposta levará o respondente. O indicado é que caso o respondente discorde do termo de consentimento, ele seja enviado para uma outra tela, explicando que precisa concordar para seguir respondendo ao questionário e informando um canal de comunicação com a equipe de pesquisa em caso de dúvidas.

TELA 2 – SEÇÃO A: PERFIL

Qual a sua idade?

Qual a sua cidade e estado de residência?

Você se identifica como?

- Mulher
- Homem
- Outro. Qual? _____
- Prefiro não responder

Qual a sua profissão?

Qual o seu nível de escolaridade mais alto?

- Sem escolaridade
- Ensino fundamental
- Ensino médio

- Ensino superior
- Mestrado
- Doutorado
- Outro. Qual? _____

Selecione o formato de sua participação nesta pesquisa:

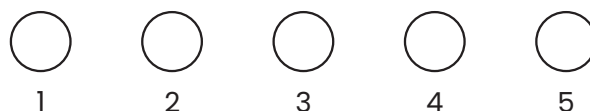
- Profissional do setor museal, da cultura ou da educação
- Visitante
- Outro. Qual? _____

TELA 3 – SEÇÃO B: IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS DO MUSEU

O turismo, sobretudo o turismo cultural, estimula os visitantes a conhecerem, observarem e vivenciarem o patrimônio e as atividades culturais de um determinado destino. Em uma escala de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie as afirmações abaixo referentes à contribuição do **museu** para o **turismo local**:

O **museu** atrai visitantes **para a localidade**, o que gera empregos, renda e criação de novos empreendimentos, fortalecendo a cadeia produtiva e incentivando o turismo na região.

Discordo totalmente



Concordo totalmente

O **museu** integra os turistas com **a cidade**, pelo compartilhamento da cultura, da vivência local em suas exposições e de novas experiências aos turistas por meio das atividades culturais que proporcionam.

Discordo totalmente

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O **museu** auxilia na percepção do público sobre a importância da cultura, pois estimula a reflexão sobre preservação cultural e incentiva atividades culturais, como a leitura.

Discordo totalmente

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

Concordo totalmente

A relação com a cultura de uma comunidade tem a ver com a forma como pratica, promove e conserva bens e atividades culturais, bem como garante acesso a estes. Em uma escala de 1 (discordo totalmente) e 5 (concordo totalmente), avalie as afirmações abaixo referentes à contribuição do **museu** para a cultura local:

Discordo totalmente

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O **museu** é um espaço que acolhe diferentes públicos e expressões culturais, possibilitando acesso à cultura e conhecimento cultural e promovendo a cidadania.

Discordo totalmente

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O **museu** preserva, estimula e promove produções culturais locais e a cultura local, ao reunir aspectos importantes da comunidade, construir pontes com as novas gerações e cultivar um espaço plural, inclusivo e receptivo à promoção de artistas e exibição de atividades culturais.

Discordo totalmente

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O **museu** fortalece o senso de pertencimento dos moradores locais pela identificação do indivíduo com o que representa sua região.

Discordo totalmente

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O **museu** incentiva o desenvolvimento de outras atividades culturais, formando públicos e inserindo indivíduos da comunidade em um ambiente cultural.

Discordo totalmente

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

Concordo totalmente

Processos educacionais e de geração de conhecimento são fundamentais para o desenvolvimento de uma sociedade, e encontram respaldo em organizações culturais para além do ambiente de ensino tradicional. Em uma escala de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie as afirmações abaixo referentes à contribuição do **museu** para a **educação e a geração de conhecimento**:

O **museu** é um espaço educativo, que constrói e compartilha conhecimentos diversos e plurais de maneira acessível e democrática.

Discordo totalmente

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O **museu** tem papel importante de apoio ao sistema educacional, funcionando como um espaço de ensino e pesquisa para escolas e universidades, com produção científica direta.

Discordo totalmente

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O **museu** contribui para a formação de profissionais de diversas áreas e para a qualificação de mão-de-obra local, promovendo eventos de profissionalização e educação do público.

Discordo totalmente

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O **museu** propicia o conhecimento da cultura local ao abrigar manifestações culturais locais, proporcionando troca de saberes entre a comunidade e os visitantes.

Discordo totalmente

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

Concordo totalmente

Organizações culturais geram fluxos financeiros para as comunidades onde estão inseridas, de forma direta – receitas, empregos e impostos gerados que

decorrem diretamente de sua existência – ou indireta, quando estes ocorrem em outros setores econômicos. Em uma escala de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie as afirmações abaixo referentes à contribuição do **museu** para **economia local**:

O **museu** tem impacto positivo na economia, gerando empregos e rendas diretos e indiretos bem como consumindo bens e serviços, incentivando a economia regional e fortalecendo arranjos produtivos locais.

Discordo totalmente

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O **museu** auxilia na captação de recursos públicos e atração de investimentos para o município, já que é um atrativo turístico e alavanca a importância econômica da região.

Discordo totalmente

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O **museu** contribui para o aumento da arrecadação de impostos, com a atração de visitantes e turistas que utilizam serviços na cidade, como hotelaria, alimentação e transporte.

Discordo totalmente

○ ○ ○ ○ ○
1 2 3 4 5

Concordo totalmente

TELA 4 – SEÇÃO C: IMPACTOS PESSOAIS

O **museu** incentiva modelos de negócios mais sustentáveis, ao valorizar a economia solidária e o empreendedorismo social.

Discordo totalmente

1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O **museu** fomenta a economia criativa local, desenvolvendo o trabalho de artistas e profissionais locais ligados a estes setores, bem como formando redes de cooperação entre estes.

Discordo totalmente

1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O empoderamento da comunidade, de forma coletiva, leva a maior engajamento e realização de ações para o benefício local. Em uma escala de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie as afirmações abaixo referentes à contribuição do **museu** para o **engajamento local**:

O **museu** é um espaço para tomadas de decisão coletivas, assumindo o papel de espaço de integração da comunidade.

Discordo totalmente

1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O **museu** desperta a consciência coletiva sobre a importância da preservação cultural e histórica.

Discordo totalmente

1 2 3 4 5

Concordo totalmente

Organizações culturais são espaços para promoção da diversidade e inclusão social, promovendo atividades e ações plurais. Em uma escala de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie as afirmações abaixo referentes à contribuição do **museu** para a **diversidade e a inclusão**:

O **museu** é um espaço aberto ao debate, à construção de diálogo e à divulgação de causas sociais, promovendo pautas e ações plurais que contribuem para a inclusão de minorias sociais, a aceitação da diversidade e a diminuição dos preconceitos.

Discordo totalmente

1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O **museu** é um ambiente de inclusão para as crianças da comunidade, o que contribui também para a diminuição da vulnerabilidade social.

Discordo totalmente

1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O **museu** é um meio de reconhecimento dos direitos de cidadania pela construção de diálogos e reflexões, especialmente de pessoas em situação de vulnerabilidade.

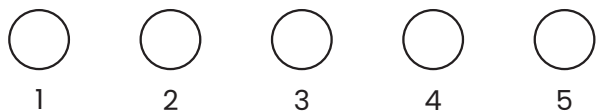
Discordo totalmente

1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O **museu** fomenta a coesão social, promovendo inclusão ao valorizar a vida humana.

Discordo totalmente

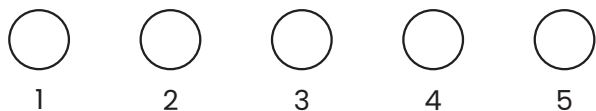


Concordo totalmente

O bem-estar se refere à capacidade das pessoas de viverem a sua vida de forma saudável, criativa e satisfatória. Em uma escala de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie as afirmações abaixo referentes à contribuição do **museu** para o **bem-estar**:

O **museu** é um espaço de interação social, promovendo experiências inovadoras para os indivíduos e contribuindo para a criação e fortalecimento de laços afetivos entre a comunidade e os visitantes, elevando sua satisfação pessoal.

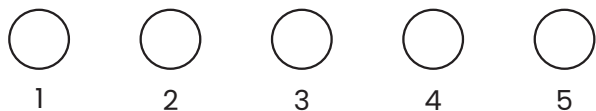
Discordo totalmente



Concordo totalmente

O **museu** cria externalidades positivas para outros setores, como saúde e educação, ao promoverem bem-estar e qualidade de vida.

Discordo totalmente

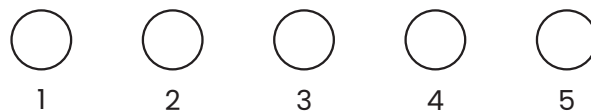


Concordo totalmente

O **museu** promove a socialização do indivíduo ao configurar um espaço público e de contato entre as pessoas por meio de diferentes ações, educativas e/ou culturais, aumentando a qualidade de vida e

contribuindo para o desenvolvimento da comunidade.

Discordo totalmente

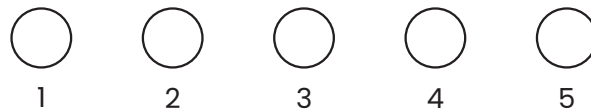


Concordo totalmente

Cada sujeito é afetado pela realidade que o cerca. Atividades culturais auxiliam a construir um melhor entendimento da realidade, incentivando a capacidade de reflexão individual sobre essa realidade. Em uma escala de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie as afirmações abaixo referentes à contribuição do **museu** para a **capacidade de reflexão individual**:

O **museu** apresenta novos conteúdos e perspectivas aos visitantes, possibilitando descobertas de novos interesses pessoais e ampliando o capital cultural, o repertório e a visão de mundo dos indivíduos.

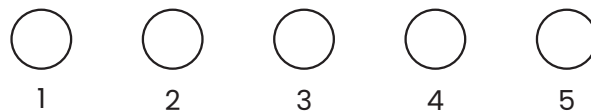
Discordo totalmente



Concordo totalmente

O **museu** provoca reflexões e desperta sentimentos por meio da expressão das artes e de ações educativas, contribuindo para alterar o comportamento e percepção do público.

Discordo totalmente



Concordo totalmente

O **museu** provoca reflexões históricas e culturais que despertam a conscientização sobre o futuro e fomentam a compreensão do papel do indivíduo no mundo.

Discordo totalmente

1 2 3 4 5

Concordo totalmente

TELA 4 – SEÇÃO D: IMPACTOS SOBRE A INFRAESTRUTURA LOCAL

Impactos na infraestrutura local são as modificações de caráter duradouro provocadas a partir de ações do museu que contribuem para um processo de requalificação de áreas próximas, gerando melhorias para o espaço público. Em uma escala de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente), avalie as afirmações abaixo referentes à contribuição do **museu** para a **infraestrutura local**:

O **museu** contribui para a preservação da arquitetura urbana, ao promover a conservação do(s) prédio(s) que ocupa, incentivando a manutenção adequada dos espaços do entorno.

Discordo totalmente

1 2 3 4 5

Concordo totalmente

O **museu** incentiva que a cidade se torne mais acessível e inclusiva a pessoas com deficiência física, ao melhorar a acessibilidade de suas instalações para pedestres.

Discordo totalmente

1 2 3 4 5

Concordo totalmente

SEÇÃO E: COMENTÁRIOS FINAIS

Você identifica outro(s) impacto(s) gerado(s) pelo **museu** que não constavam nas opções apresentadas neste questionário? Se sim, por favor, descreva-o(s) abaixo.

TELA FINAL

Sua resposta foi registrada.
Obrigada pela participação!

Equipe do museu

Para dúvidas ou sugestões, você pode entrar em contato conosco por meio do e-mail pesquisa@exemplo.com

APÊNDICE 3

BUSCANDO DADOS SOBRE O IMPACTO ECONÔMICO DOS MUSEUS

A depender dos objetivos que seu museu tenha com a pesquisa, pode ser de seu interesse coletar algumas informações sobre a contribuição do museu para a economia local. Em um primeiro momento, sugerimos que sejam coletadas informações sobre o próprio museu. Posteriormente, estas informações podem ser comparadas com dados da economia local.

Alguns tópicos podem ser explorados:

1. Mercado de trabalho

Inicialmente, alguns dados que você pode coletar sobre o seu museu são:

- Número de pessoas com vínculo direto e indireto com o museu (empregados formais, terceirizados e prestadores de serviços regularmente mobilizados);
- Remuneração dos trabalhadores diretos e indiretos.

Se possível, também pode ser interessante coletar informações sobre a economia informal vinculada ao museu. Por exemplo: existem vendedores nas proximidades do museu que atendem os visitantes?

Para obter esses dados, você pode conversar com a administração do museu, utilizar os portais de transparência ou falar diretamente com as pessoas.

Com esses dados, você pode analisar informações como:

- Qual é a distribuição dos empregos entre homens e mulheres? Há uma concentração em alguma função, há paridade salarial?

- Qual a escolaridade dos trabalhadores?

1. Contribuição do museu na dinamização da economia local

Para este tópico, você pode analisar a massa salarial gerada pelo museu, isso é, a soma dos salários pagos aos trabalhadores com vínculos diretos. Ainda, é possível coletar dados sobre as receitas do museu, considerando valores obtidos por meio de ingressos e consumo de serviços, recursos oriundos do orçamento público e de editais e programas de fomento, dentre outros.

2. Contribuição do museu para as políticas públicas culturais do município

Com os dados obtidos anteriormente, é possível levantar algumas informações:

- Quanto o museu investiu na concessão de entradas gratuitas e/ou com desconto?
- Qual o orçamento do museu (total de receitas)?

Essas informações podem ser comparadas com, por exemplo, o orçamento de sua cidade para a cultura, obtido por meio do portal da transparência municipal. Qual a relação entre o orçamento do museu e o orçamento municipal para a cultura?

Lembrando que esses dados, assim como os demais, devem conversar com os objetivos de pesquisa definidos pelo seu museu. A fim de exemplificar um modelo de análise múltipla que pode ser realizada pelo museu, foi criada a planilha de referência. Na aba denominada "Dados" o museu

preenche as informações solicitadas, atentando à correspondência temporal entre os dados. Para fins de simplificação, a planilha de referência foi organizada de modo que os museus preencham as informações anuais para cada variável.

Para a análise das características do mercado de trabalho, é necessário preencher dados sobre o número de ocupados no museu e as informações sobre os rendimentos anuais desses ocupados. Os resultados são apresentados na aba “Variáveis” e as informações captadas na planilha de referência mostram informações sobre a ocupação de mulheres e de trabalhadores com maior qualificação educacional (que possuem ensino superior completo). São parâmetros importantes para qualificar o emprego no museu.

Para isso, o museu deve preencher na aba “Dados” o número de ocupados diretos e indiretos, especificando o número de homens, mulheres e pessoas com ensino superior completo. Isso deve ser feito também com as informações sobre a massa salarial anual desses ocupados.

Já as informações sobre dinamização da economia local necessitam do preenchimento de informações sobre as receitas e os custos anuais do museu. Os custos não devem considerar os gastos com pagamento de salários, pois esse dado já foi apresentado anteriormente. As receitas estão discriminadas por fonte: receitas próprias do museu, receitas de programas e editais de fomento e outras fontes não consideradas anteriormente. O museu deve preencher também o número de ingressos gratuitos e meias-entradas concedidas ao longo do ano.

Por fim, é interessante avaliar a dimensão econômica do museu em relação ao orçamento municipal da secretaria de cultura ou órgão equivalente.

Esse é o único dado na planilha de referência que tem uma fonte externa. O dado de orçamento pode ser obtido no portal da transparência do município.

Na aba “Variáveis” foram geradas, a partir dos dados de dinamização da economia local e orçamento público para cultura, variáveis sobre a contribuição do museu para a política cultural, contribuição para formação cultural, demanda gerada para a economia local e informações de receita total e receita gerada por trabalhador.





SECRETARIA ESPECIAL DE
CULTURA

MINISTÉRIO DO
TURISMO

GOVERNO
FEDERAL