

Gestão de visitantes – uma perspectiva sobre as visitas guiadas dos museus de Lisboa e Porto

MARÍLIA DURÃO * [marilia.durao@ua.pt]

MARIA JOÃO CARNEIRO ** [mjcarneiro@ua.pt]

Objectivos | Os principais objectivos do estudo são:

- compreender a importância que as visitas guiadas assumem nos museus dos concelhos de Lisboa e Porto;
- caracterizar as visitas guiadas oferecidas nos museus portugueses.

Metodologia | O plano metodológico do estudo é constituído por cinco fases:

- Revisão de literatura, sobretudo livros e artigos publicados em revistas de carácter científico, cuja temática incide sobre a gestão de atracções turísticas culturais, com particular ênfase em museus;
- Recolha de dados secundários para caracterizar de forma sumária o universo de museus em Portugal;
- Recolha de dados primários para caracterizar a amostra dos museus em estudo, avaliar a importância das visitas guiadas ao nível destes museus e caracterizá-las, tendo-se realizado: entrevistas semi-estruturadas aos responsáveis pela gestão dos museus e observação directa semi-estruturada de alguns aspectos relacionados com as visitas guiadas;
- Análise de conteúdo dos dados recolhidos, que permitiu, posteriormente, a criação de indicadores, que foram, por sua vez, alvo de análises univariadas;
- Formulação de conclusões.

Principais resultados e contributos | As visitas guiadas constituem uma importante técnica de interpretação em atracções culturais, entre as quais assumem grande relevância os museus, que em Portugal, e apenas em 2007, receberam cerca de 10 milhões de visitantes. Enquanto técnica de gestão de visitantes – filosofia que promove a maximização da experiência do visitante e a conservação e sustentabilidade de usufruto dos recursos – observou-se, através da bibliografia relativa à gestão de visitantes, que as visitas guiadas se podem diferenciar umas das outras através de algumas características, nomeadamente: conhecimentos e formação dos guias, público-alvo, tamanho mínimo e máximo definido para o grupo de visita, abrangência e temática, duração, frequência, flexibilidade de adaptação ao visitante, profundidade da experiência que é proporcionada ou articulação com outras técnicas.

Na impossibilidade de se analisar o universo de museus existentes nestes concelhos, foi analisada no estudo empírico uma amostra dos 31 museus de Lisboa e Porto que faziam parte do grupo dos 100 museus portugueses com maior número de visitantes.

* **Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo** pela Universidade de Aveiro.

** **Doutorada em Turismo** pela Universidade de Aveiro e **Professora Auxiliar** no Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.

O estudo revela que todos os museus analisados oferecem visitas guiadas e que 87% já oferecem dois ou mais tipos de visitas diferentes. 4 dos 5 guias que existem, em média, em cada museu, têm formação específica em áreas relacionadas com o acervo do museu, sendo, em 69% dos casos, avaliados formalmente através de questionários aplicados aos visitantes.

Com a ressalva de que o tamanho dos grupos e a duração das visitas são variáveis em função das características de cada grupo, verificou-se que é pretendido, em média, um número mínimo de 6 visitantes e um número máximo de 26, enquanto a duração das visitas oscila, também em média, entre os 50 e os 90 minutos.

Considerando a frequência das visitas, verifica-se que a grande maioria (71%) tem lugar de segunda a sexta-feira (excepto nos dias que cada museu está encerrado). Em 93% dos museus é exigida marcação prévia para a realização da visita guiada. No entanto, para 82% das visitas é planeado um regime de aplicação especial em eventos, como, por exemplo, no Dia Internacional dos Museus.

A informação que é transmitida é adaptada ao visitante em 97% das visitas, tal como em 86% dos casos existe a possibilidade de o visitante escolher alguns pontos de paragem. Uma parte significativa das visitas apela aos diversos sentidos do visitante, sobretudo ao permitir-se o toque em determinados recursos/objectos (em 44% das visitas) e através da difusão de efeitos sonoros (em 42%). Na maioria das visitas analisadas (67%) são criadas dinâmicas de grupo durante a visita, através do estímulo à conversação entre o grupo e o guia e entre os próprios membros do grupo.

Com vista à sua optimização, esta técnica pode ser implementada de modo articulado com outras técnicas, sendo observada com frequência (em 45% das visitas), a inclusão de actividades educativas, jogos, oficinas, visionamento de filmes, sessões de leitura ou pequenos concertos.

Conclusões | Ao procurar compreender-se que técnicas são adoptadas pelos museus que constituem a amostra em estudo, verificou-se que as visitas guiadas são uma das técnicas de interpretação mais utilizadas, sendo oferecidas por todos os museus analisados. Apesar da importância dos grupos escolares (40%), é já dedicada alguma atenção a segmentos como os seniores ou os visitantes com necessidades especiais. A representatividade do público nacional é superior e o inglês é o idioma estrangeiro mais falado (em 55% das visitas), mas poderiam, ainda, ser oferecidas visitas com um conjunto mais diversificado de idiomas. Apenas 22% das visitas são programadas para o fim-de-semana, pelo que poderia ser incentivada a visita nestes dias para visitantes com menor disponibilidade.

Constata-se que o estatuto administrativo de cada museu é um forte condicionante dos recursos que são afectos à realização das visitas, sobretudo ao nível do número de guias ou à sua articulação com outras técnicas. Apesar de os diferentes tipos de visitas, a sua duração ou o tamanho do grupo, serem variáveis passíveis de categorização, cada visita é única e totalmente adaptável ao visitante. A acessibilidade das visitas a todos é, também, hoje, uma preocupação, promovendo-se a descrição dos recursos em pormenor (em 64% das visitas), o toque em peças originais ou réplicas (em 47%) ou a disponibilização da informação em Braille (em 16%). No entanto, poderia ser oferecida uma maior diversidade de visitas para visitantes com limitações como a cegueira ou a surdez.

A experiência torna-se mais complexa e o toque, os efeitos sonoros, a simulação de ambiente, as dinâmicas criadas no seio dos grupos e a conjugação das visitas com oficinas e material pedagógico, ganham novos contornos, embora pudesse ser fomentada uma maior profundidade da experiência (através do estímulo a sentidos como o olfacto ou o paladar) ou a sua articulação com um maior número de técnicas.