

PESQUISA

11^a

semana
de museus

Museus
(memória +
criatividade)
= **mudança social**
13 a 19 de maio de 2013

www.museus.gov.br

PESQUISA DA 11ª SNM

DESTAQUES

ADESÃO

39%

**Do total das instituições museológicas mapeadas no
Cadastro Nacional de Museus**

MAIOR PARTICIPAÇÃO

museus municipais

38%

museus privados

28%

AUMENTO DE PÚBLICO

129%

VISITAÇÃO NO PERÍODO DA SNM

GERAÇÃO DE EMPREGO E RENDA

23%

**gasto da SNM em contratações
de Recursos Humanos
(1.606 empregos gerados na amostra)**

DINAMIZAÇÃO DA ECONOMIA LOCAL

A cada **R\$1,00** investido pelo Ibram
R\$2,00 retornam para a economia

PESQUISA DA 11ª SNM

DADOS INSTITUCIONAIS

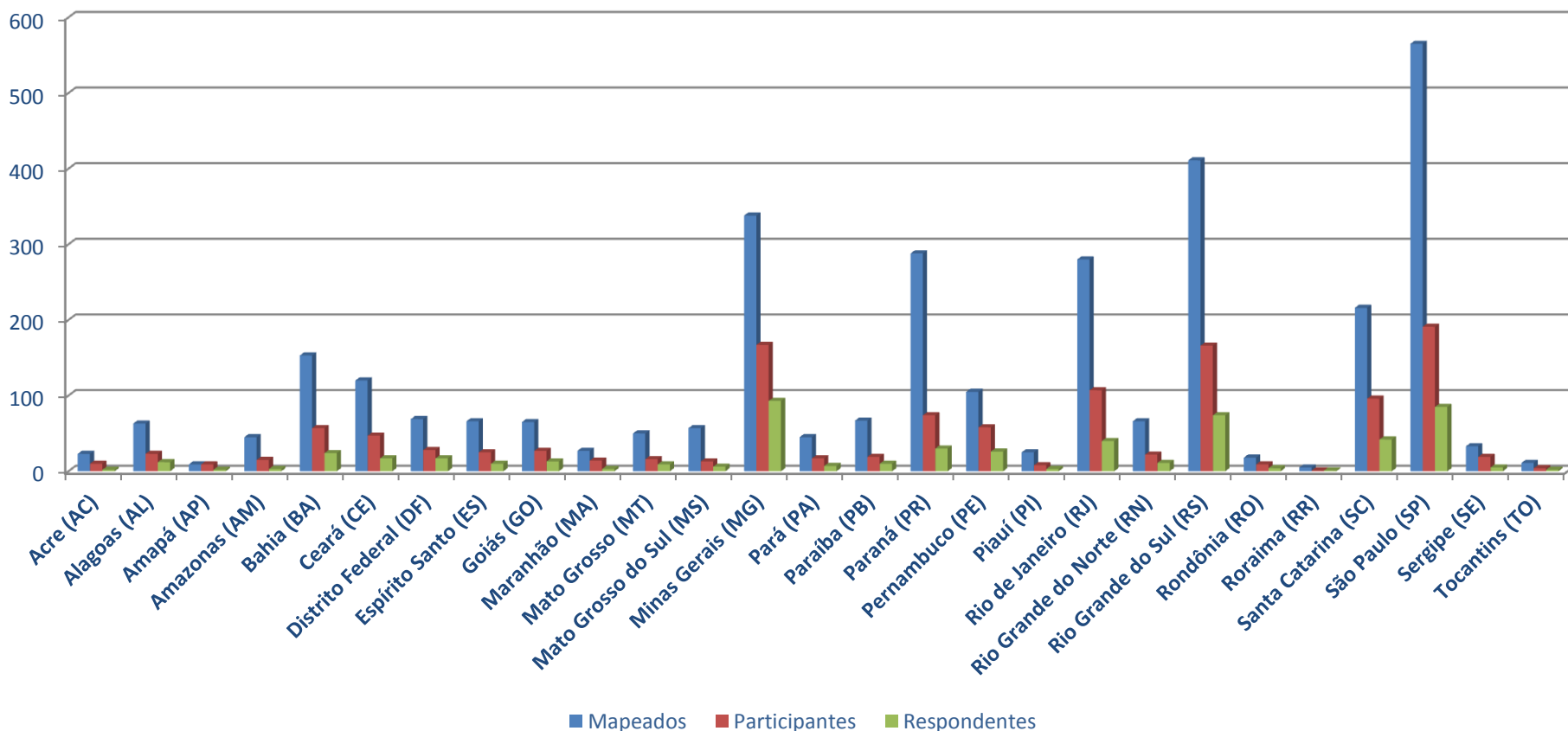
DADOS INSTITUCIONAIS

GRAU DE PARTICIPAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES NA SNM E NA PESQUISA

Estado	Mapeados pelo CNM/Ibram	Participantes da Semana	Participantes em relação aos mapeados	Respondentes da pesquisa	Respondentes em relação aos participantes
Acre (AC)	23	10	43%	2	20%
Alagoas (AL)	63	23	37%	12	52%
Amapá (AP)	9	9	100%	2	22%
Amazonas (AM)	45	15	33%	3	20%
Bahia (BA)	153	57	37%	24	42%
Ceará (CE)	120	47	39%	17	36%
Distrito Federal (DF)	69	28	41%	17	61%
Espírito Santo (ES)	66	25	38%	10	40%
Goiás (GO)	65	27	42%	13	48%
Maranhão (MA)	27	14	52%	3	21%
Mato Grosso (MT)	50	16	32%	9	56%
Mato Grosso do Sul (MS)	57	13	23%	6	46%
Minas Gerais (MG)	338	167	49%	93	56%
Pará (PA)	45	17	38%	7	41%
Paraíba (PB)	67	19	28%	10	53%
Paraná (PR)	288	74	26%	30	41%
Pernambuco (PE)	105	58	55%	26	45%
Piauí (PI)	25	8	32%	3	38%
Rio de Janeiro (RJ)	280	107	38%	40	37%
Rio Grande do Norte (RN)	66	22	33%	11	50%
Rio Grande do Sul (RS)	411	166	40%	74	45%
Rondônia (RO)	18	9	50%	4	44%
Roraima (RR)	5	1	20%	1	100%
Santa Catarina (SC)	216	96	44%	42	44%
São Paulo (SP)	565	191	34%	85	45%
Sergipe (SE)	33	19	58%	5	26%
Tocantins (TO)	11	4	36%	2	50%
Total Geral	3220	1242	39%	551	44%

DADOS INSTITUCIONAIS

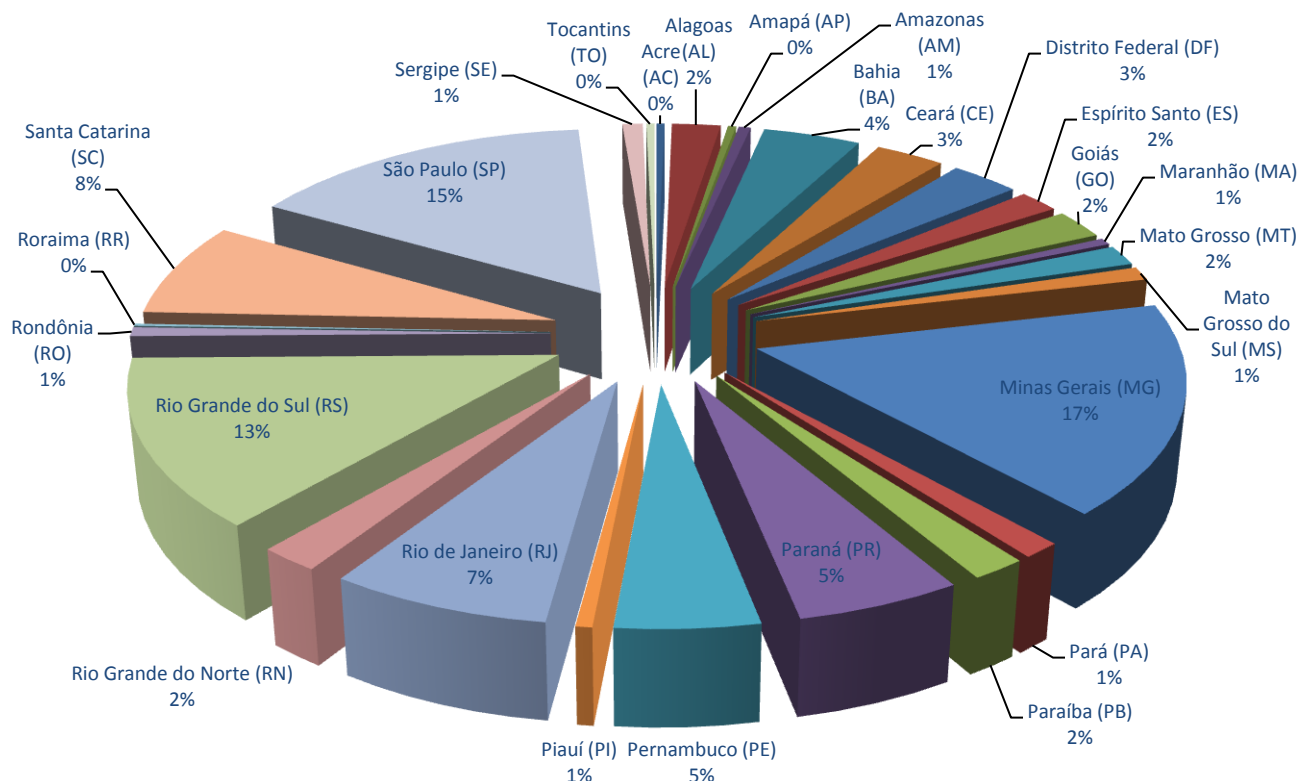
GRAU DE PARTICIPAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES NA SNM E NA PESQUISA



Distribuição estadual da amostra

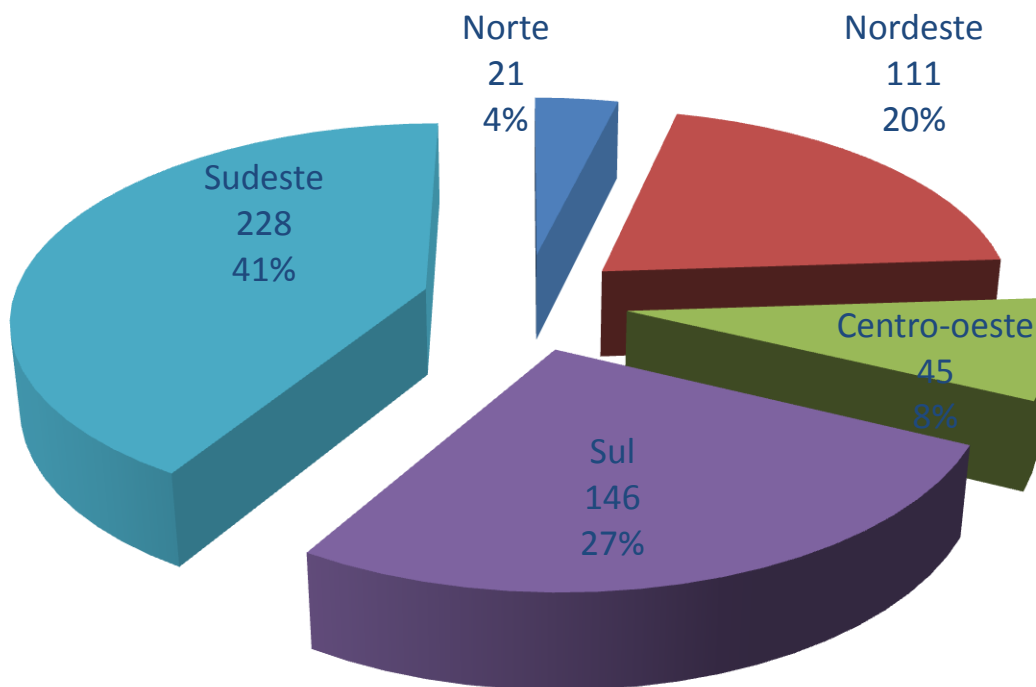
Estado	Frequência	%
Acre (AC)	2	0,36%
Alagoas (AL)	12	2,18%
Amapá (AP)	2	0,36%
Amazonas (AM)	3	0,54%
Bahia (BA)	24	4,36%
Ceará (CE)	17	3,09%
Distrito Federal (DF)	17	3,09%
Espírito Santo (ES)	10	1,81%
Goiás (GO)	13	2,36%
Maranhão (MA)	3	0,54%
Mato Grosso (MT)	9	1,63%
Mato Grosso do Sul (MS)	6	1,09%
Minas Gerais (MG)	93	16,88%
Pará (PA)	7	1,27%
Paraíba (PB)	10	1,81%
Paraná (PR)	30	5,44%
Pernambuco (PE)	26	4,72%
Piauí (PI)	3	0,54%
Rio de Janeiro (RJ)	40	7,26%
Rio Grande do Norte (RN)	11	2,00%
Rio Grande do Sul (RS)	74	13,43%
Rondônia (RO)	4	0,73%
Roraima (RR)	1	0,18%
Santa Catarina (SC)	42	7,62%
São Paulo (SP)	85	15,43%
Sergipe (SE)	5	0,91%
Tocantins (TO)	2	0,36%
Total	551	

DADOS INSTITUCIONAIS – DISTRIBUIÇÃO POR UF (NA AMOSTRA DA PESQUISA)

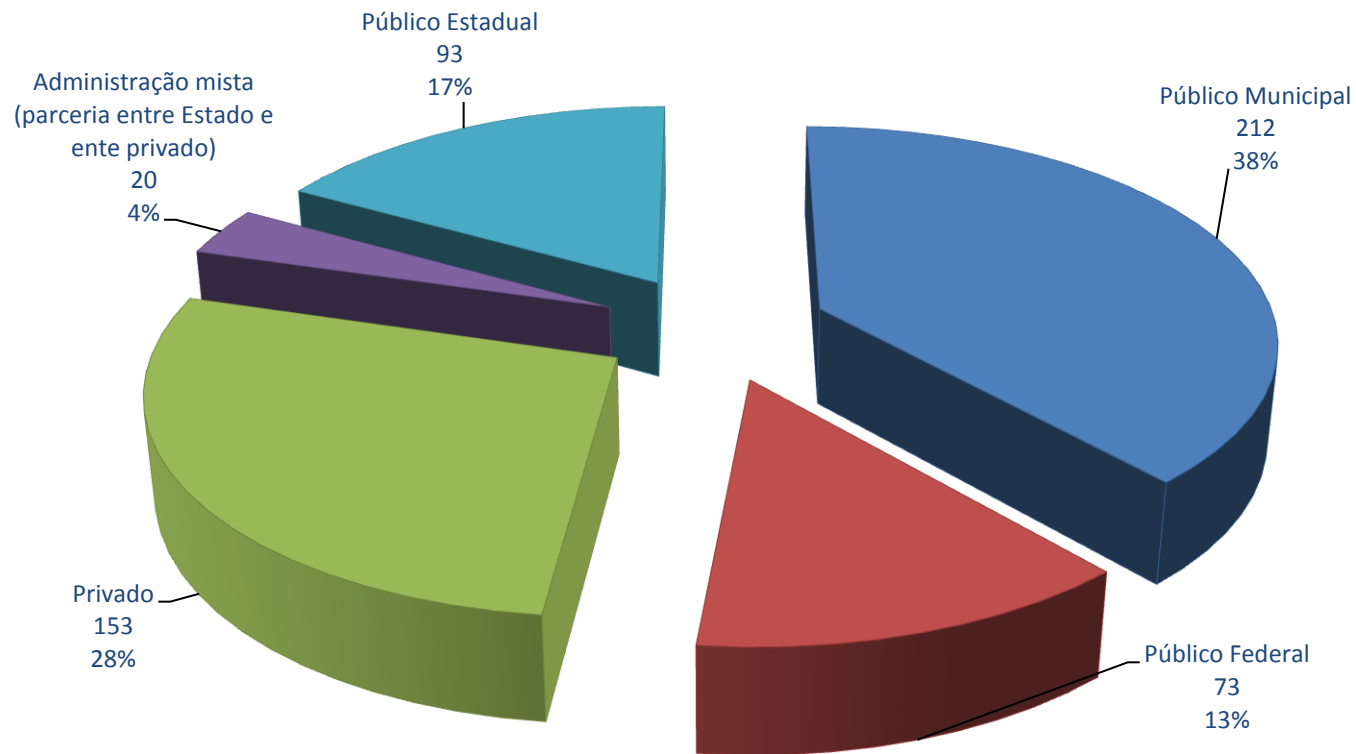


DADOS INSTITUCIONAIS – DISTRIBUIÇÃO POR REGIÃO (NA AMOSTRA DA PESQUISA)

Distribuição regional da amostra		
Norte	21	3,81%
Nordeste	111	20,15%
Centro-oeste	45	8,17%
Sul	146	26,50%
Sudeste	228	41,38%

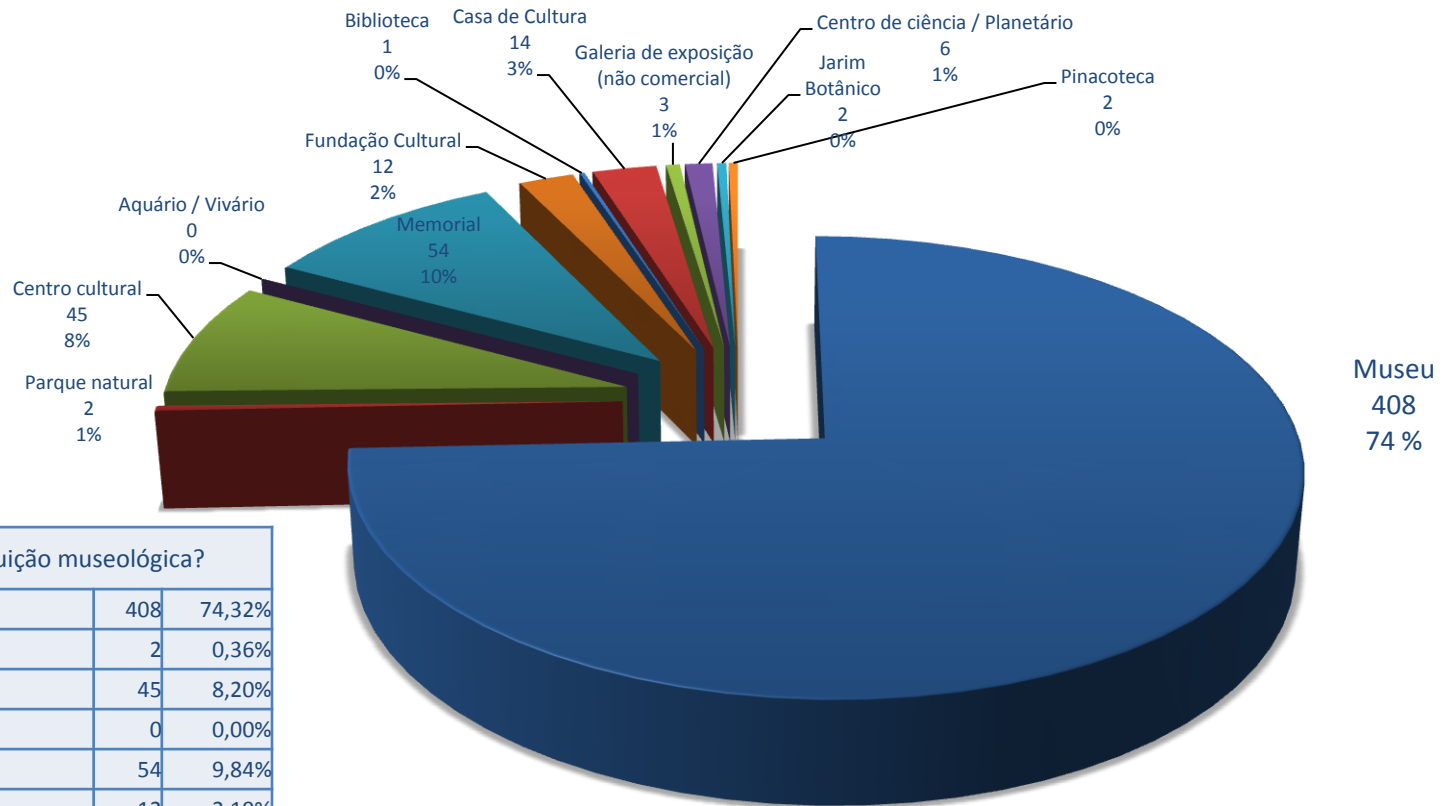


DADOS INSTITUCIONAIS – NATUREZA ADMINISTRATIVA (NA AMOSTRA DA PESQUISA)



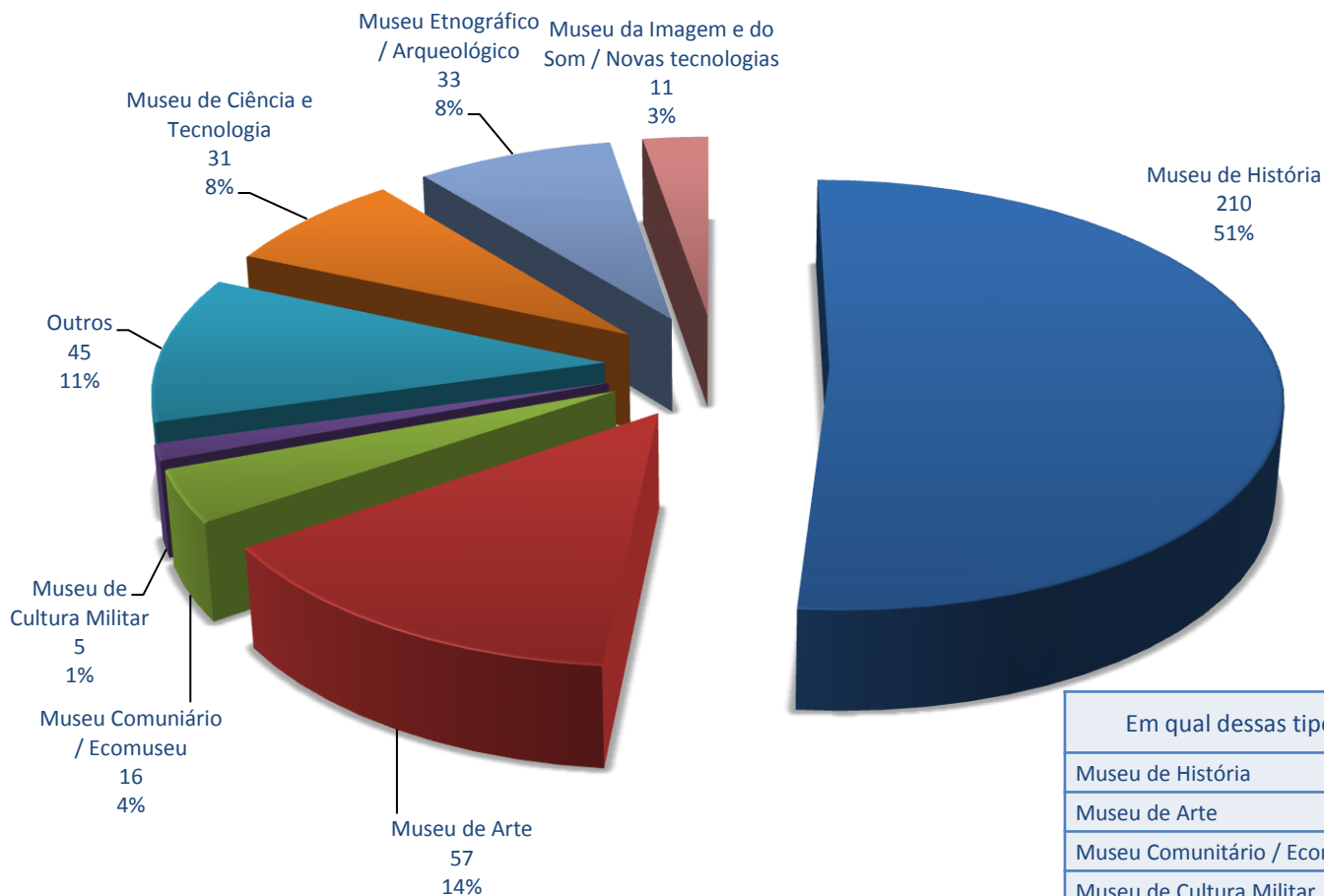
Público Municipal	212	38,48%
Público Federal	73	13,25%
Privado	153	27,77%
Administração mista (parceria entre Estado e ente privado)	20	3,63%
Público Estadual	93	16,88%

DADOS INSTITUCIONAIS – TIPO DE INSTITUIÇÕES (NA AMOSTRA DA PESQUISA)



Qual é o seu tipo de instituição museológica?		
Museu	408	74,32%
Parque natural	2	0,36%
Centro cultural	45	8,20%
Aquário / Vivário	0	0,00%
Memorial	54	9,84%
Fundação Cultural	12	2,19%
Biblioteca	1	0,18%
Casa de Cultura	14	2,55%
Galeria de exposição (não comercial)	3	0,55%
Centro de ciência / Planetário	6	1,09%
Jardim Botânico	2	0,36%
Pinacoteca	2	0,36%

DADOS INSTITUCIONAIS – MUSEUS POR TIPO DE ACERVO (NA AMOSTRA DA PESQUISA)



Em qual dessas tipologias a sua instituição melhor se enquadra?		
Museu de História	210	51,47%
Museu de Arte	57	13,97%
Museu Comunitário / Ecomuseu	16	3,92%
Museu de Cultura Militar	5	1,23%
Outros	45	11,03%
Museu de Ciência e Tecnologia	31	7,60%
Museu Etnográfico / Arqueológico	33	8,09%
Museu da Imagem e do Som / Novas tecnologias	11	2,70%

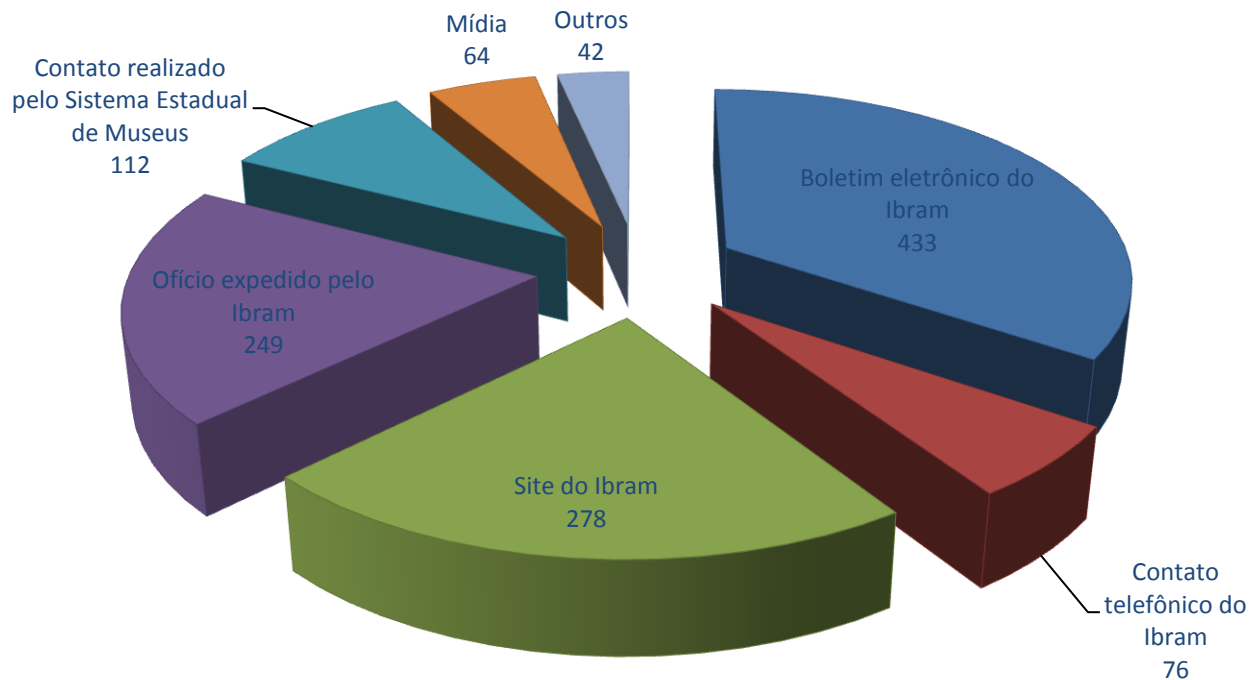
PESQUISA DA 11ª SNM

ORGANIZAÇÃO

ORGANIZAÇÃO – CANAIS DE COMUNICAÇÃO (AMOSTRA DA PESQUISA)

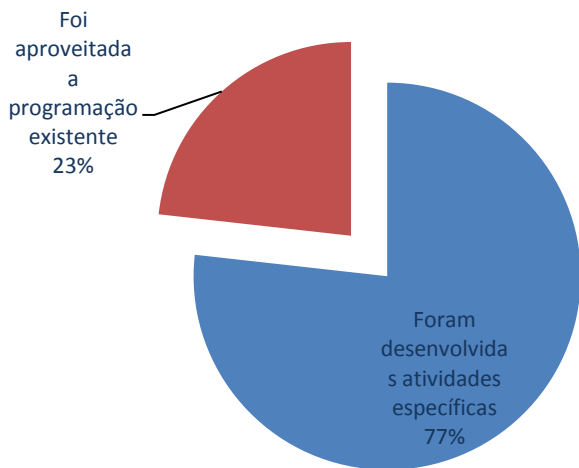
COMO AS INSTITUIÇÕES SOBERAM DA 11ª SNM

Como soube da 11ª Semana?						
Boletim eletrônico do Ibram	Contato telefônico do Ibram	Site do Ibram	Ofício expedido pelo Ibram	Contato realizado pelo Sistema Estadual de Museus	Mídia	Outros
433	76	278	249	112	64	42
78,58%	13,79%	50,45%	45,19%	20,33%	11,62%	7,62%

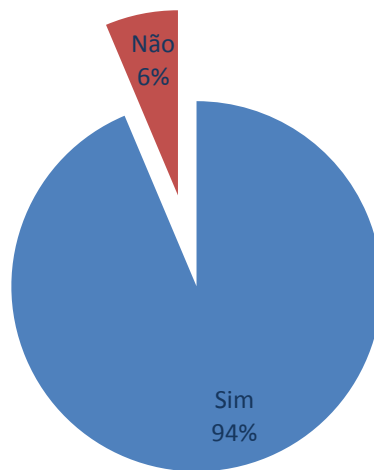


ORGANIZAÇÃO – ATIVIDADES E TEMA (AMOSTRA DA PESQUISA)

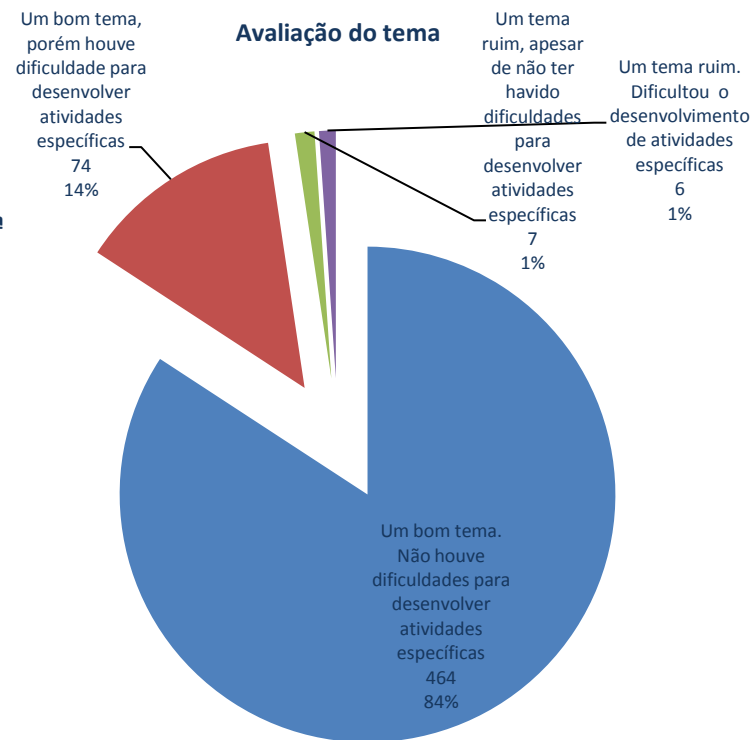
As atividades realizadas na 11ª Semana Nacional de Museus foram desenvolvidas especialmente para este evento ou aproveitou-se a programação já existente do museu?



As atividades desenvolvidas para a 11ª Semana Nacional de Museus se relacionam com o tema proposto?

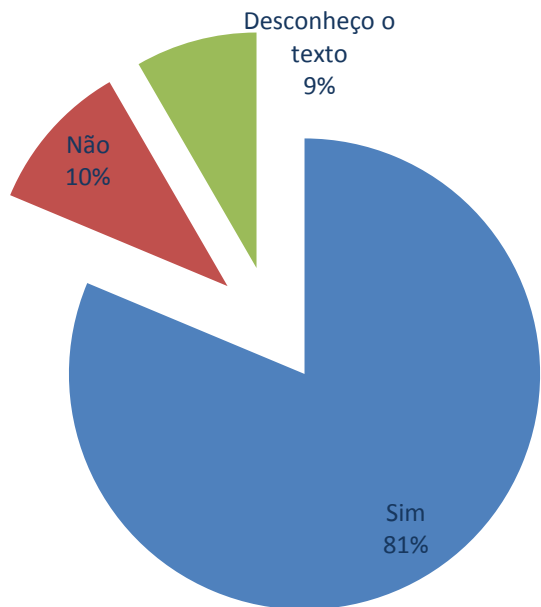


Avaliação do tema

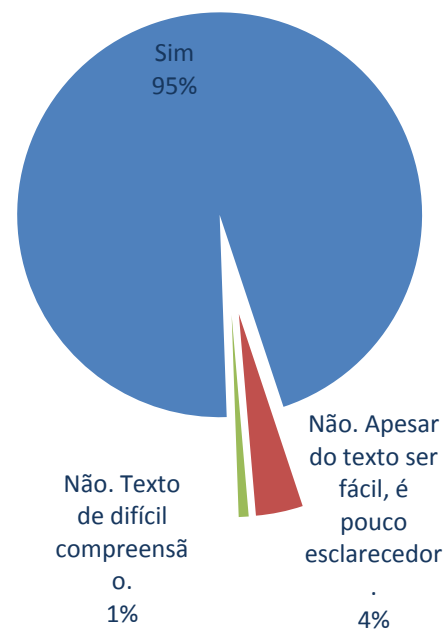


ORGANIZAÇÃO – TEMA E TEXTO DE APRESENTAÇÃO DO GUIA (AMOSTRA DA PESQUISA)

O texto oficial do Ibram sobre o tema da 11ª Semana Nacional de Museus auxiliou na elaboração das atividades realizadas pelo museu?

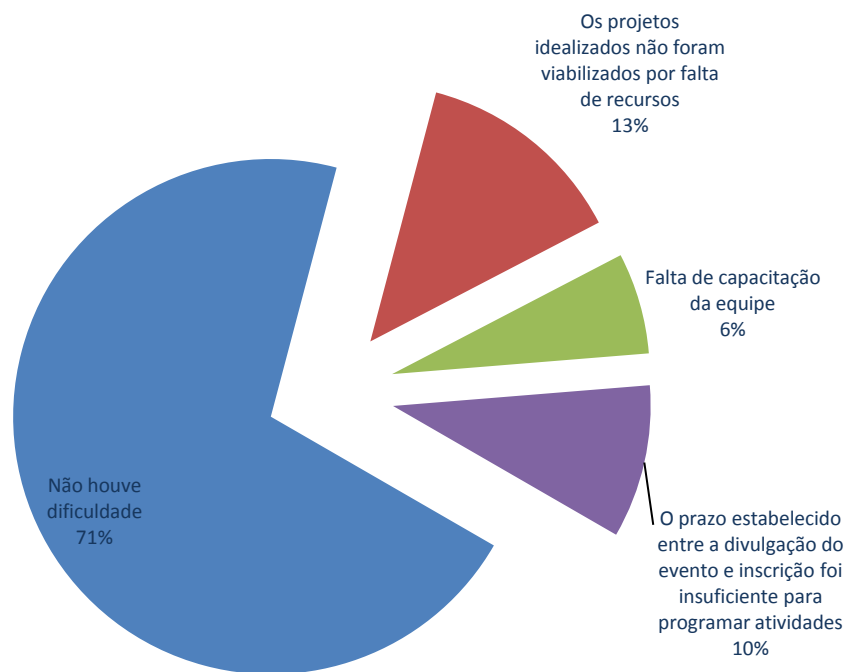


O texto oficial do Ibram sobre o tema, presente no site do Ibram e na primeira página do guia impresso, contribuiu para a compreensão do tema?

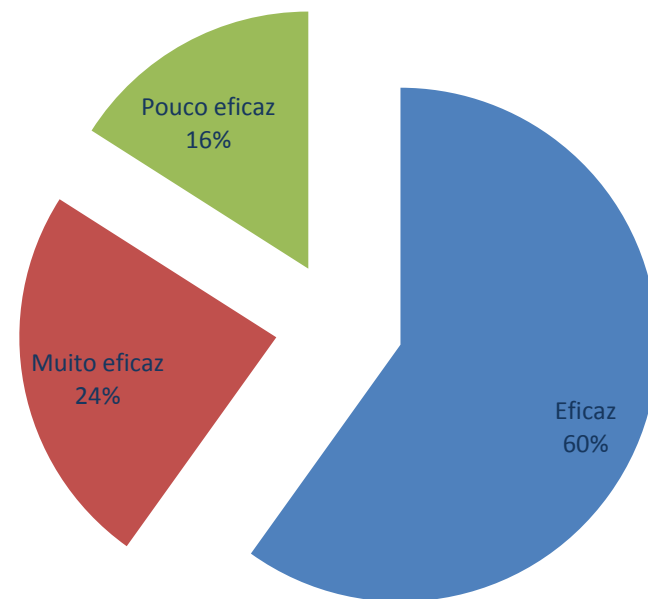


ORGANIZAÇÃO – DIFICULDADE DE ORGANIZAR A SEMANA E EFICÁCIA DO MATERIAL GRÁFICO (AMOSTRA DA PESQUISA)

Qual foi a maior dificuldade encontrada pela sua instituição na organização da Semana Nacional de Museus?

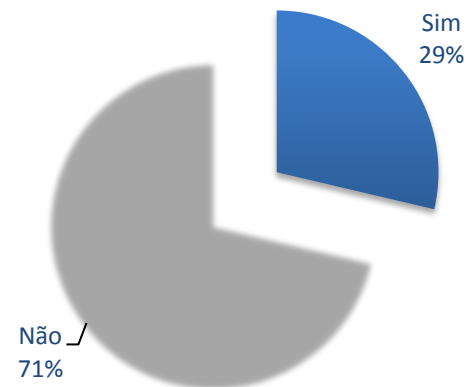


O material gráfico enviado pelo Ibram é eficaz na promoção e divulgação da Semana Nacional de Museus?

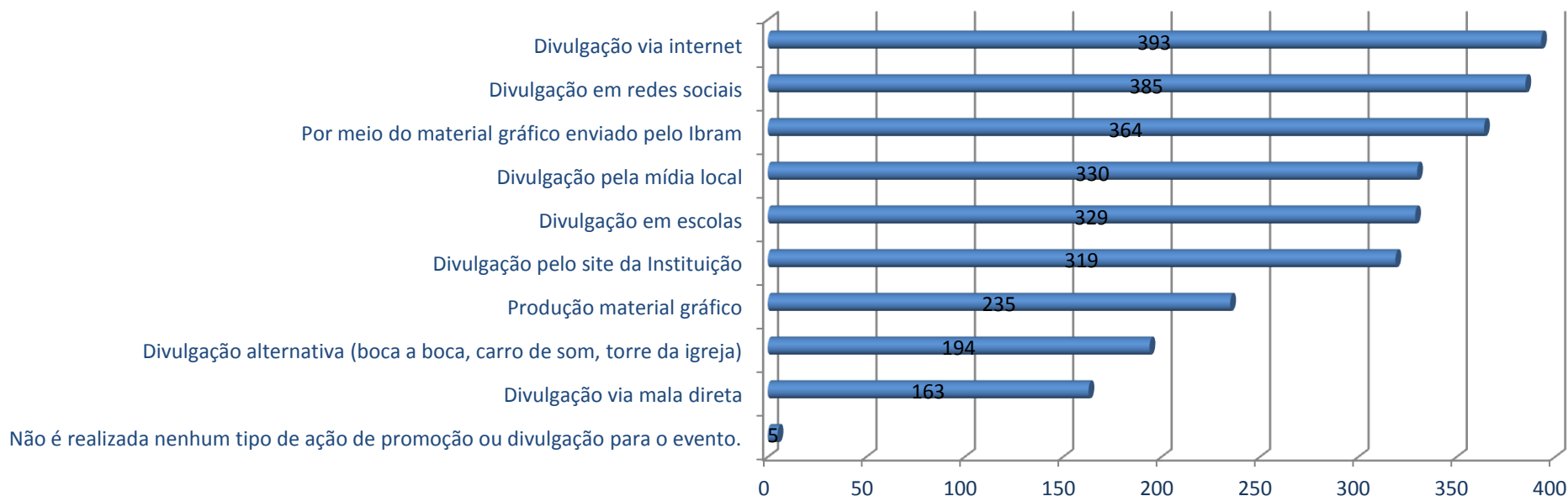


ORGANIZAÇÃO – VERBA, PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO (AMOSTRA DA PESQUISA)

A INSTITUIÇÃO POSSUÍA RECURSOS JÁ DESTINADOS À 11ª
SNM NA PROGRAMAÇÃO ANUAL?



COMO A SUA INSTITUIÇÃO PROMOVE E DIVULGA A 11ª SNM?

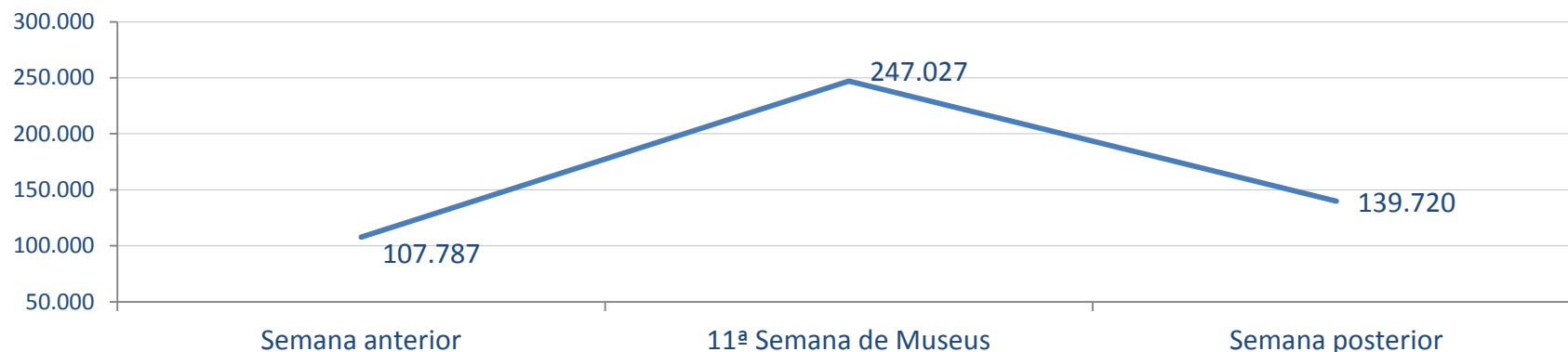


PESQUISA DA 11ª SNM

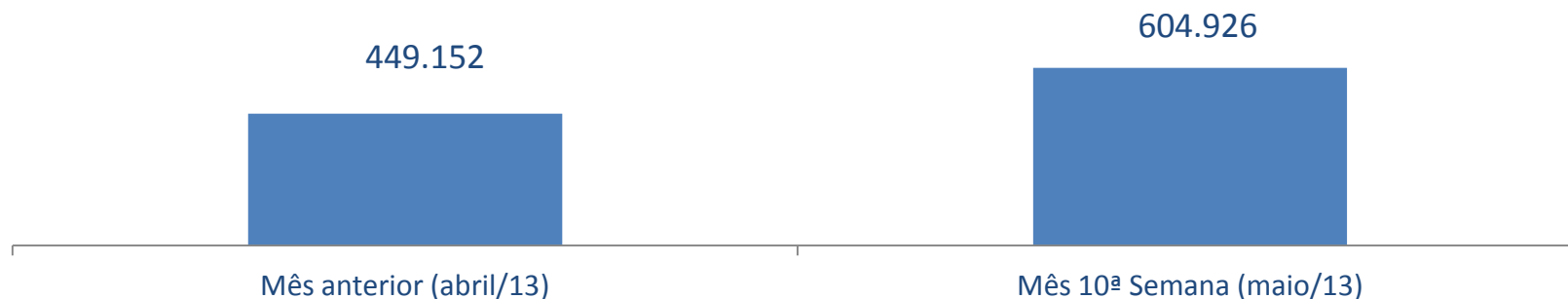
BENEFÍCIOS

BENEFÍCIOS – PÚBLICO (AMOSTRA DA PESQUISA)

Comparativo de público entre as semanas



Comparativo de público entre abril e maio

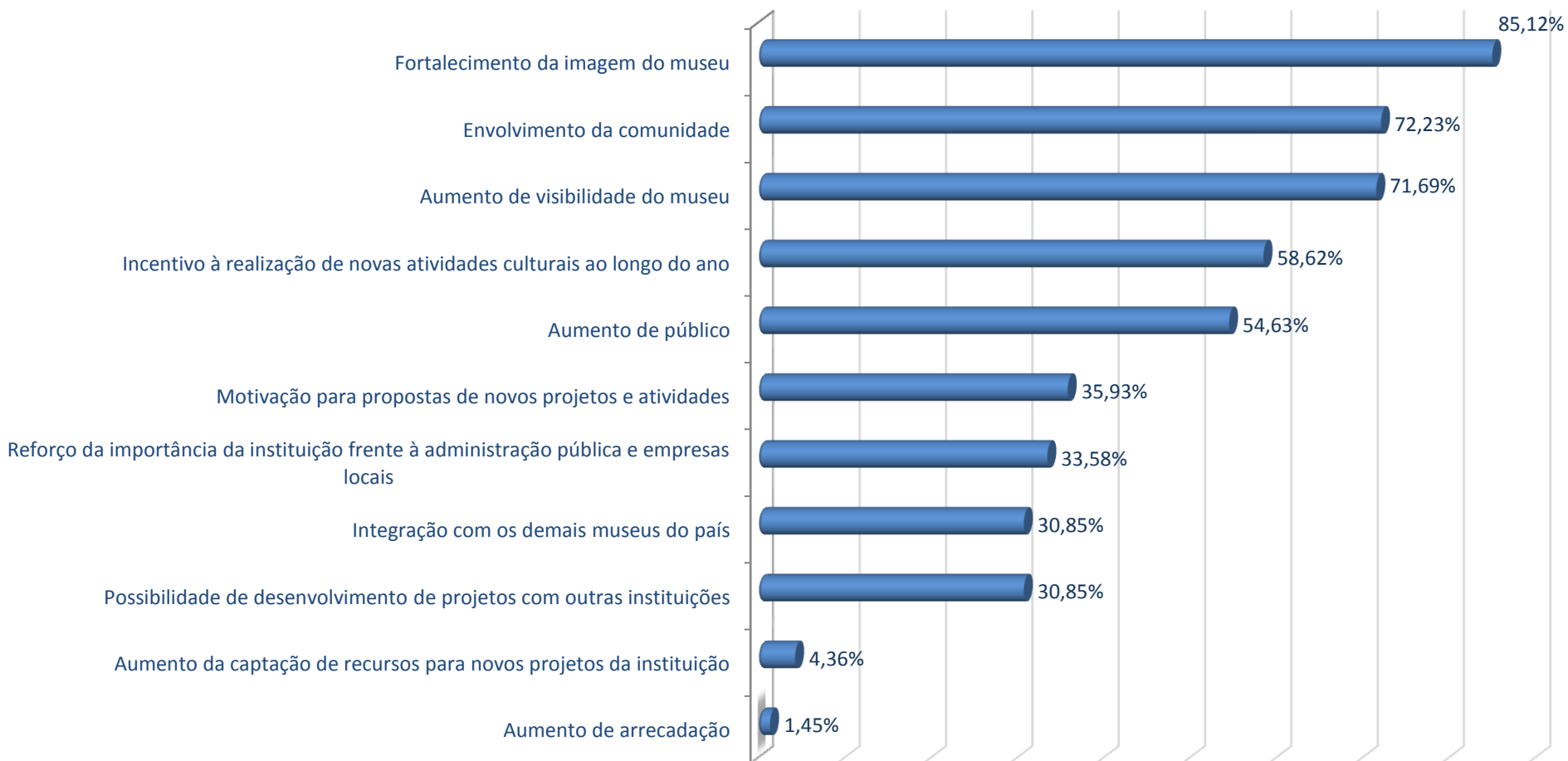


Com relação ao período: 11ª SNM	11ª SNM		Mês
	Anterior	Posterior	Anterior
	+129%	+77%	+34,7%

BENEFÍCIOS – PARTICIPAÇÃO

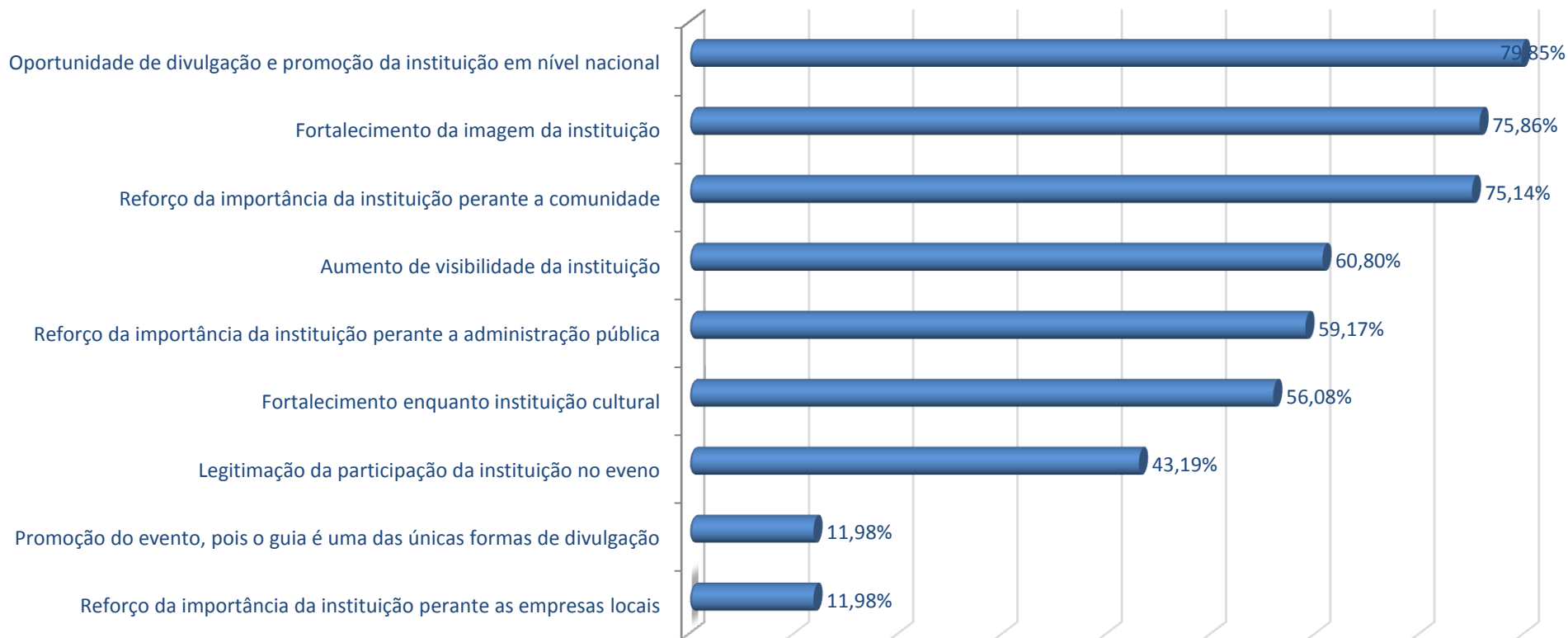
(AMOSTRA DA PESQUISA)

ESCOLHA 5 PRINCIPAIS BENEFÍCIOS EM PARTICIPAR DA SNM PARA A SUA INSTITUIÇÃO



BENEFÍCIOS – GUIA DA PROGRAMAÇÃO (AMOSTRA DA PESQUISA)

ESCOLHA OS 5 PRINCIPAIS BENEFÍCIOS EM TER A SUA INSTITUIÇÃO E SUAS ATIVIDADES NO GUIA DE PROGRAMAÇÃO IMPRESSO DA SNM:



PESQUISA DA 11ª SNM

DADOS ECONÔMICOS

DADOS ECONÔMICOS – GASTOS ESTRUTURAIS

(AMOSTRA DA PESQUISA)

GASTOS ESTRUTURAIS NOS ÚLTIMOS 12 MESES E EM FUNÇÃO DA 11ª SNM

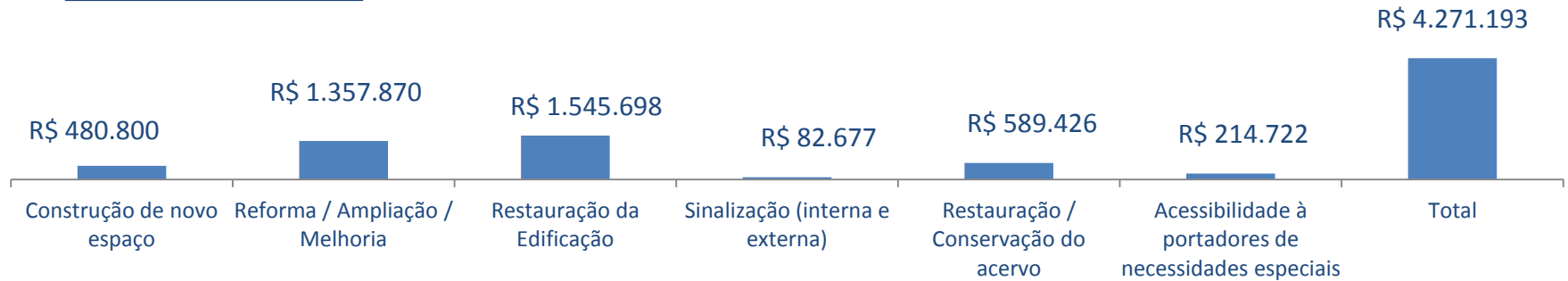
Tipo de Ação	Gastos Estruturais						Gastos Estruturais			
	Investimentos nos últimos doze meses						Em função da 11ª Semana			
	Museus	Empresas		Indivíduos		Total	Absoluta		Relativa	
	Museus que realizaram gastos estruturais	Nº de empresas contratadas (1)	Custo total das contratações de empresas (R\$) (2)	Nº de indivíduos contratados (3)	Custo total das contratações de indivíduos (R\$) (4)	Total R\$ Gastos Estruturais (2)+(4)	Museus com gastos em função da 11ª Semana	% de museus com gastos em função da 11ª Semana	Despesas em função da 11ª Semana	% relativo dos gastos em função da 11ª Semana
Construção de novo espaço	7	R\$ 23	R\$ 446.000	38	R\$ 34.800	R\$ 480.800	4	36,36%	R\$ 72.800	13,15%
Reforma / Ampliação / Melhoria	29	74	R\$ 1.303.060	107	R\$ 54.810	R\$ 1.357.870	11	27,50%	R\$ 44.300	3,16%
Restauração da Edificação	13	32	R\$ 1.492.698	51	R\$ 53.000	R\$ 1.545.698	6	31,58%	R\$ 15.400	0,99%
Sinalização (interna e externa)	16	41	R\$ 60.796	29	R\$ 21.881	R\$ 82.677	16	50,00%	R\$ 39.632	32,40%
Restauração / Conservação do acervo	18	33	R\$ 441.908	27	R\$ 147.518	R\$ 589.426	8	30,77%	R\$ 24.100	3,93%
Acessibilidade à portadores de necessidades especiais	8	30	R\$ 127.900	12	R\$ 86.822	R\$ 214.722	5	38,46%	R\$ 4.622	2,11%
Total	91	233	R\$ 3.872.362	264	R\$ 398.831	R\$ 4.271.193	50	35%	R\$ 200.854	4,49%

DADOS ECONÔMICOS – GASTOS ESTRUTURAIS (AMOSTRA DA PESQUISA)

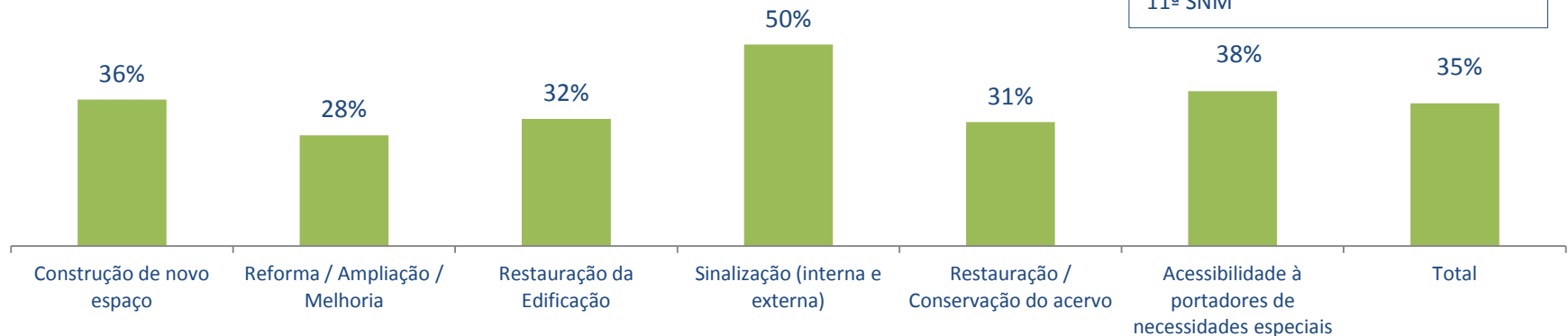
233 empresas contratadas
(R\$ 3,8 milhões)

264 indivíduos contratados
(R\$ 399 mil)

GASTOS ESTRUTURAIS NOS ÚLTIMOS 12 MESES (PJ+PF)



FREQUÊNCIA ABSOLUTA DE GASTOS ESTRUTURAIS EM FUNÇÃO DA 11ª SNM



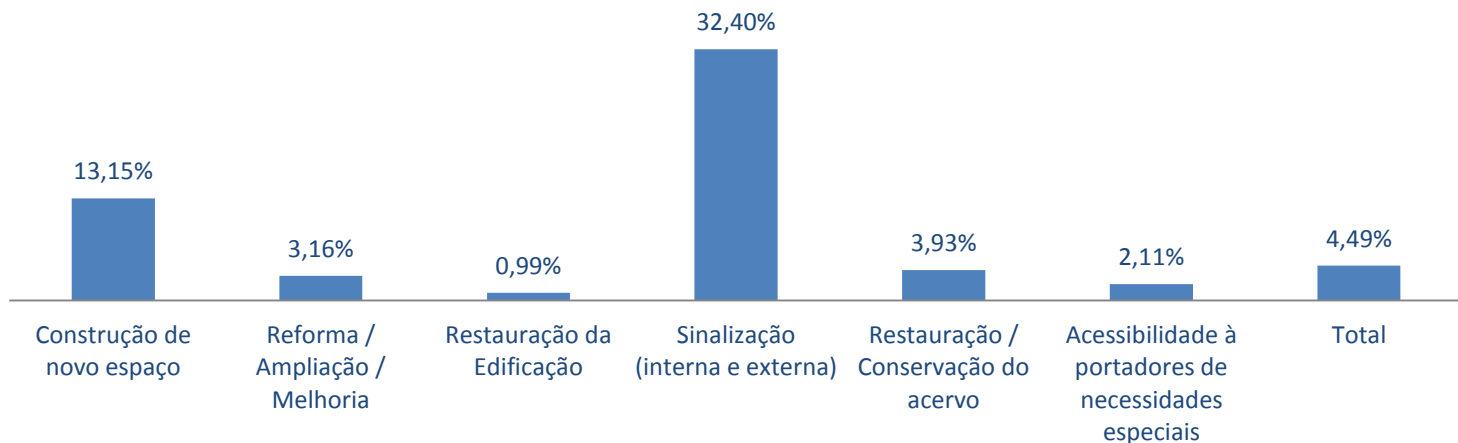
Dos 141 museus que apontaram gastos estruturais nos últimos doze meses, 50 os realizaram em função da 11ª SNM

DADOS ECONÔMICOS – GASTOS ESTRUTURAIS (AMOSTRA DA PESQUISA)

GE TOTAL X GE EM FUNÇÃO DA 11ª SNM



% DE GE EM FUNÇÃO DA 11ª SNM



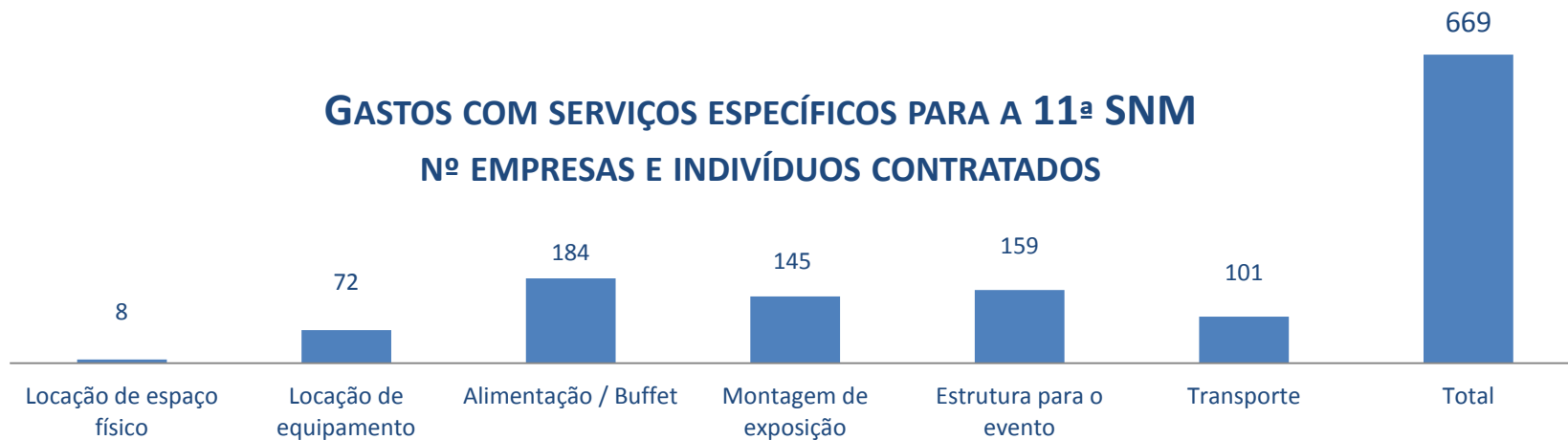
DADOS ECONÔMICOS – GASTOS ESPECÍFICOS (AMOSTRA DA PESQUISA)

GASTOS COM SERVIÇOS ESPECÍFICOS PARA A 11ª SNM

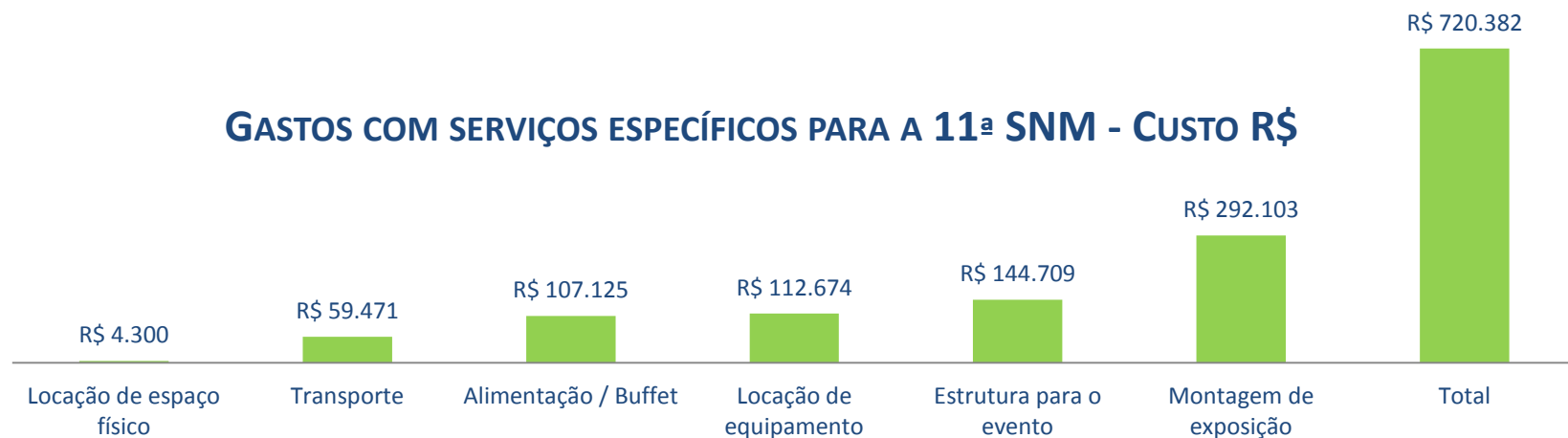
Tipo de Serviço	Nº de empresas ou indivíduos contratados (as)	Custo (R\$)
Locação de espaço físico	8	R\$ 4.300,00
Locação de equipamento	72	R\$ 112.674,00
Alimentação / Buffet	184	R\$ 107.125,20
Montagem de exposição	145	R\$ 292.102,82
Estrutura para o evento	159	R\$ 144.709,00
Transporte	101	R\$ 59.471,13
Total	669	R\$ 720.382,15

DADOS ECONÔMICOS – GASTOS ESPECÍFICOS (AMOSTRA DA PESQUISA)

GASTOS COM SERVIÇOS ESPECÍFICOS PARA A 11ª SNM Nº EMPRESAS E INDIVÍDUOS CONTRATADOS



GASTOS COM SERVIÇOS ESPECÍFICOS PARA A 11ª SNM - CUSTO R\$



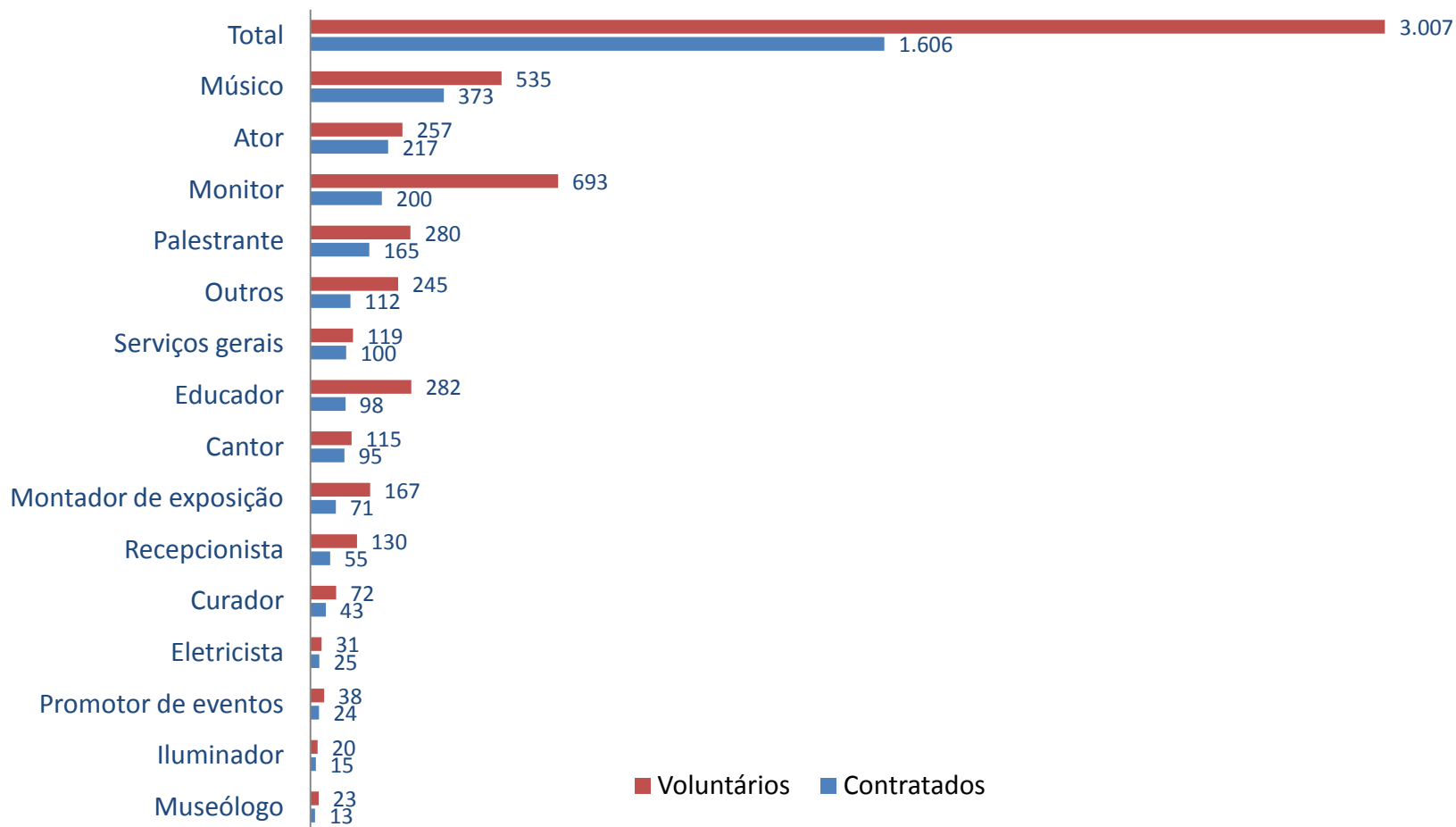
DADOS ECONÔMICOS – GASTOS COM RECURSOS HUMANOS (AMOSTRA DA PESQUISA)

RECURSOS HUMANOS CONTRATADOS E VOLUNTÁRIOS

Recursos Humanos			
	Contratados	Custo (R\$)	Voluntários
Monitor	200	R\$ 36.958	693
Curador	43	R\$ 30.740	72
Museólogo	13	R\$ 0	23
Palestrante	165	R\$ 31.278	280
Educador	98	R\$ 35.535	282
Ator	217	R\$ 23.490	257
Cantor	95	R\$ 16.300	115
Músico	373	R\$ 28.341	535
Iluminador	15	R\$ 8.900	20
Recepcionista	55	R\$ 2.353	130
Eletricista	25	R\$ 1.660	31
Montador de exposição	71	R\$ 11.200	167
Serviços gerais	100	R\$ 13.024	119
Promotor de eventos	24	R\$ 11.700	38
Outros	112	R\$ 50.916	245
Total	1.606	R\$ 302.394	3.007

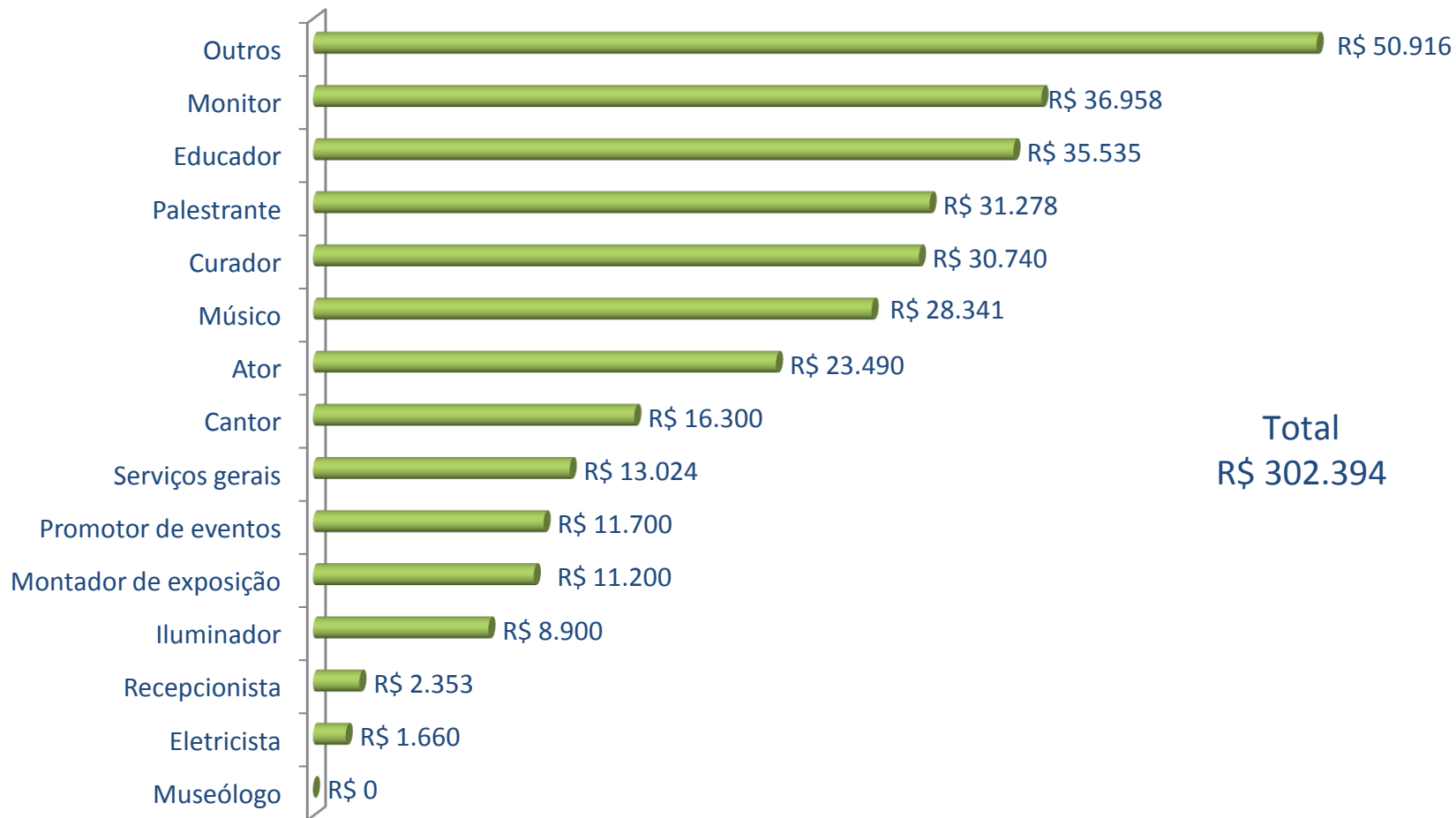
DADOS ECONÔMICOS – GASTOS COM RECURSOS HUMANOS (AMOSTRA DA PESQUISA)

RECURSOS HUMANOS CONTRATADOS E VOLUNTÁRIOS



DADOS ECONÔMICOS – GASTOS COM RECURSOS HUMANOS (AMOSTRA DA PESQUISA)

CUSTO DOS RECURSOS HUMANOS CONTRATADOS PARA A 11ª SNM

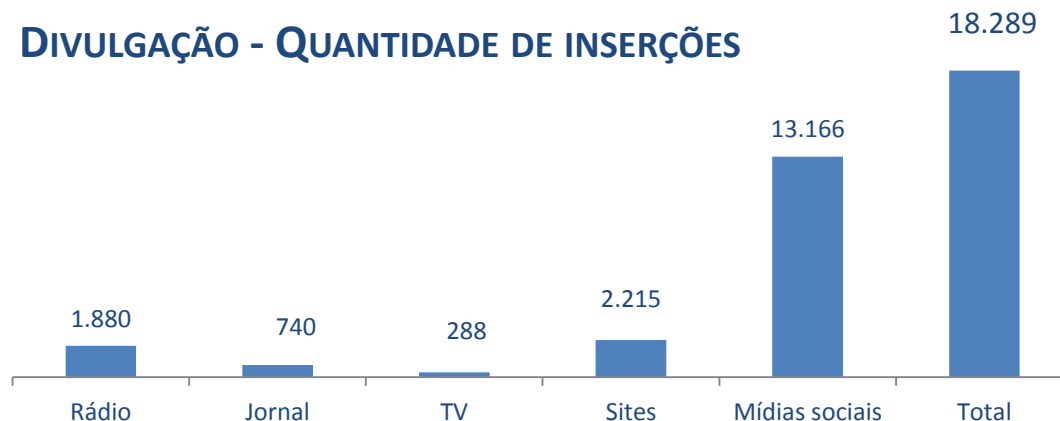


DADOS ECONÔMICOS – GASTOS COM DIVULGAÇÃO

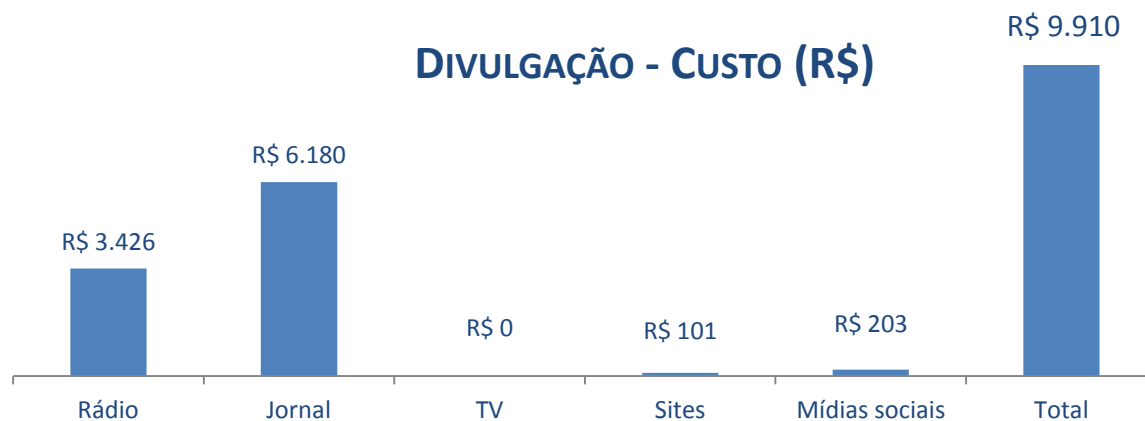
(AMOSTRA DA PESQUISA)

Divulgação		
A sua instituição promoveu divulgação da 11ª Semana Nacional de Museus em rádio, jornal impresso, TV ou internet?		
Sim	449	82%
Não	101	18%
Veículo	Quantidade de aparições	Custo (R\$)
Rádio	1.880	R\$ 3.426
Jornal	740	R\$ 6.180
TV	288	R\$ 0
Sites	2.215	R\$ 101
Mídias sociais	13.166	R\$ 203
Total	18.289	R\$ 9.910

DIVULGAÇÃO - QUANTIDADE DE INSERÇÕES

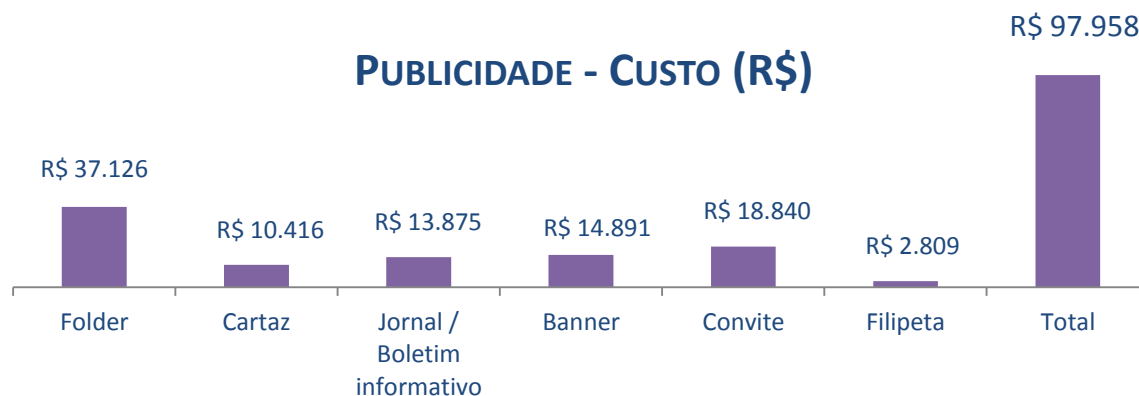
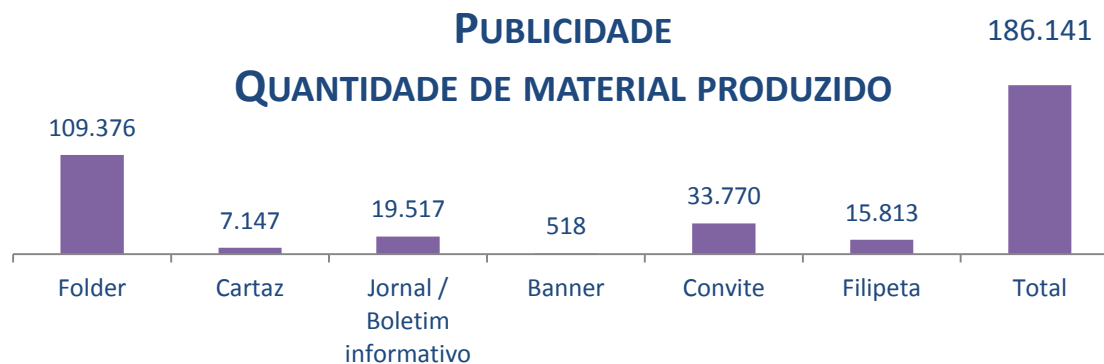


DIVULGAÇÃO - CUSTO (R\$)



DADOS ECONÔMICOS – GASTOS COM PUBLICIDADE (AMOSTRA DA PESQUISA)

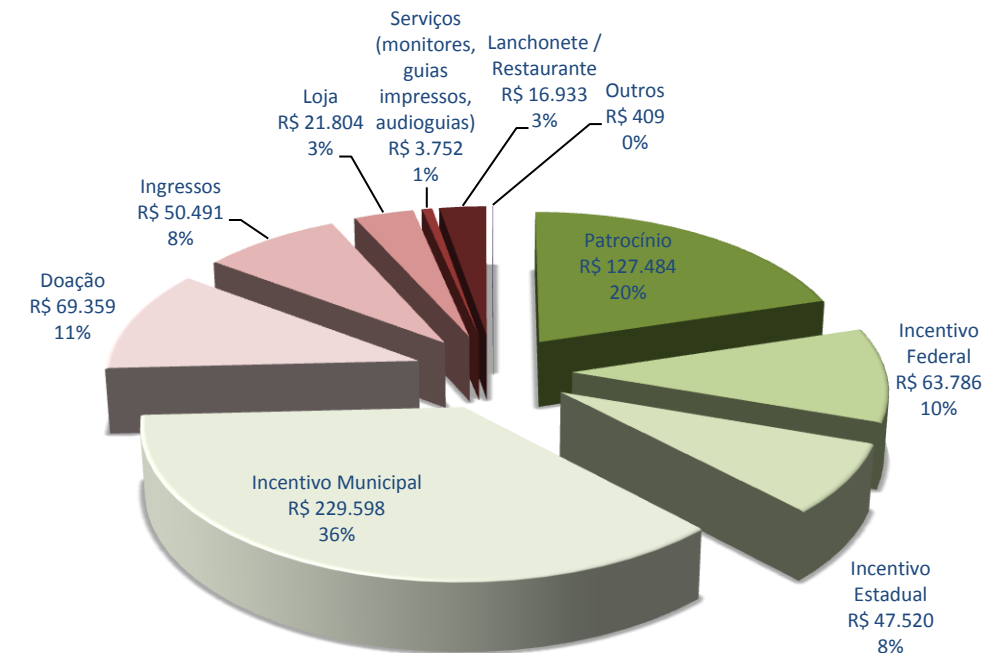
Publicidade		
Houve produção de material gráfico (folder, cartaz, jornal, banner, convite, filipeta) além do fornecido pelo Ibram?		
Sim	264	48%
Não	286	52%
Tipo de Material	Quantidade de material produzido	Custo (R\$)
Folder	109.376	R\$ 37.126
Cartaz	7.147	R\$ 10.416
Jornal / Boletim informativo	19.517	R\$ 13.875
Banner	518	R\$ 14.891
Convite	33.770	R\$ 18.840
Filipeta	15.813	R\$ 2.809
Total	186.141	R\$ 97.958



DADOS ECONÔMICOS – CAPTAÇÃO E ARRECADAÇÃO DE RECURSOS (AMOSTRA DA PESQUISA)

Recursos e Arrecadação			
Recursos	Patrocínio	R\$ 127.484	R\$ 537.747
	Incentivo Federal	R\$ 63.786	
	Incentivo Estadual	R\$ 47.520	
	Incentivo Municipal	R\$ 229.598	
	Doação	R\$ 69.359	
Arrecadação	Ingressos	R\$ 50.491	R\$ 93.389
	Loja	R\$ 21.804	
	Serviços (monitores, guias impressos, audioguias)	R\$ 3.752	
	Lanchonete / Restaurante	R\$ 16.933	
	Outros	R\$ 409	
Total		R\$ 631.136	

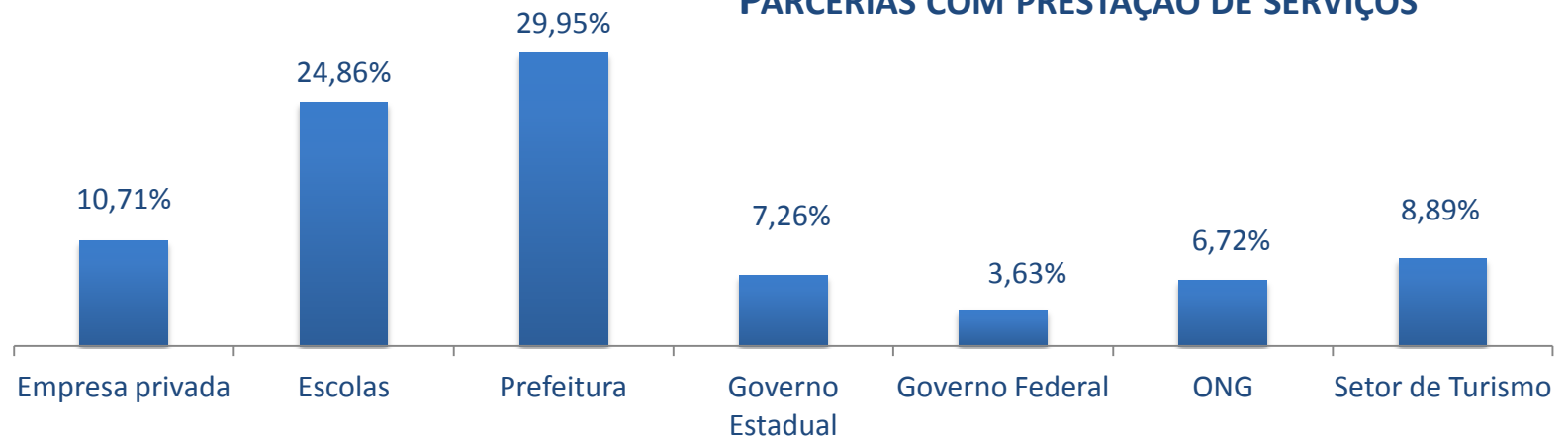
RECURSOS E ARRECADAÇÃO



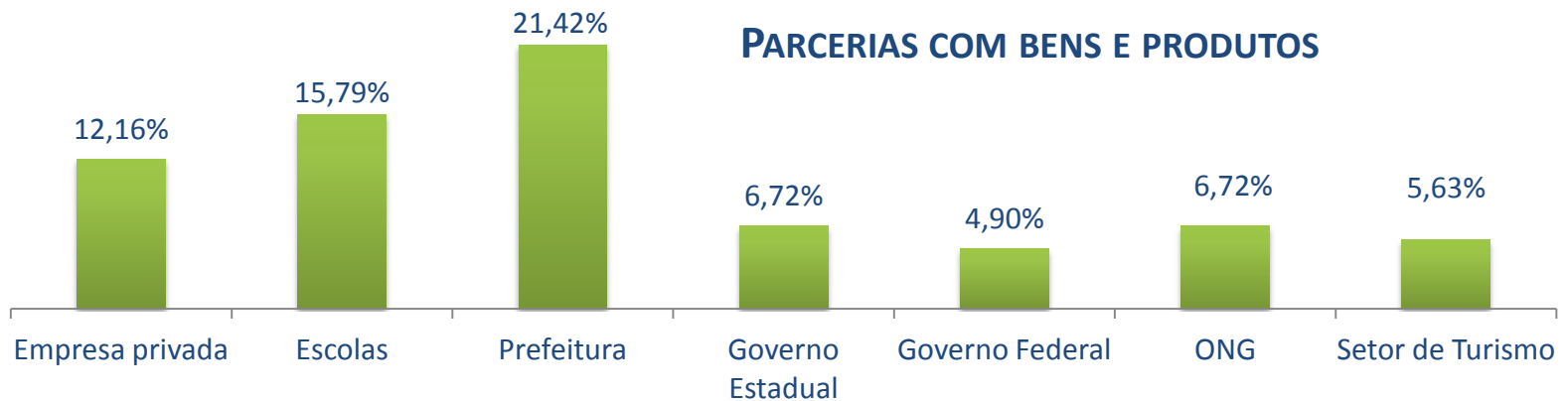
Recursos
R\$ 538 mil
Arrecadação
R\$ 93 mil

DADOS ECONÔMICOS – PARCERIAS (AMOSTRA DA PESQUISA)

PARCERIAS COM PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS



PARCERIAS COM BENS E PRODUTOS



DADOS ECONÔMICOS – TOTAL DE GASTOS COM A 11ª SNM (AMOSTRA DA PESQUISA)

Total de gastos da 11ª Semana	
Divulgação	R\$ 9.910
Publicidade	R\$ 97.958
Gastos Estruturais em função da 11ª Semana	R\$ 200.854
Recursos Humanos Contratados	R\$ 302.394
Gastos totais com serviços específicos para o evento	R\$ 720.382
Total	R\$ 1.331.498



RESULTADO FINAL DA 11ª SNM (AMOSTRA DA PESQUISA)

Total de gastos	R\$ 1.331.498
• Investimentos (reformas, ampliação, manutenção do edifício, sinalização e acessibilidade)	R\$ 200.854,00
• Serviços específicos para o evento (locação de espaço e equipamento, estrutura, buffet, montagem de exposição, transporte)	R\$ 720.382,00
• Recursos Humanos	R\$ 302.394,00
• Divulgação	R\$ 9.910,00
• Publicidade	R\$ 97.958,00
Total de receita	R\$ 631.136
• Recursos (anteriores ao evento: patrocínio, recursos públicos, doações)	R\$ 537.747
• Arrecadação (ingressos, loja, serviços, restaurante)	R\$ 93.389
Empregos gerados	1.606
Voluntários mobilizados	3.007
Crescimento do público (11ª Semana x semana anterior)	129%
Crescimento do público (mês 11ª Semana x mês anterior)	34,7%

CONTATOS

Instituto Brasileiro de Museus – Ibram
Departamento de Difusão, Fomento e Economia dos Museus – DDFEM
Coordenação de Estudos Sócioeconômicos e Sustentabilidade – CESES

ceses@museus.gov.br

Edifício CNC III

Setor Bancário Norte, Quadra 2 Bloco N – 14º andar
70040-020 Brasília-DF

Tel: (61) 3521.4102

Coordenador: Marco Estevão de Mesquita Vieira

marco.vieira@museus.gov.br

Chefe de Divisão: Renata Passos da Silva

renata.silva@museus.gov.br

Estagiário: Rodrigo Otavio Curvello Wutke

rodrigo.wutke@museus.gov.br