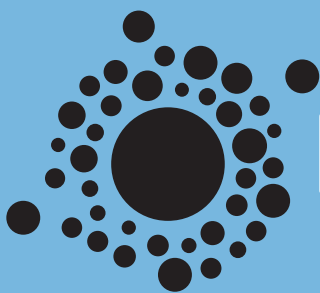




Principais Resultados
Públicos
do Museu
Nacional de Arte
Contemporânea
Museu do Chiado



ESTUDO
PÚBLICOS
DE
MUSEUS NACIONAIS

PARCEIRO:

MECENAS:

O Estudo de Públicos de Museus Nacionais (EPMN) foi promovido pela Direção-Geral do Património Cultural (DGPC), entidade responsável pelas políticas museológicas em Portugal, e visou a produção de informação atualizada e fiável sobre os públicos, para o conjunto e para cada um dos museus tutelados pela DGPC, num leque alargado de dimensões, promovendo assim o seu conhecimento e, por essa via, uma melhor resposta aos desafios que a relação dos museus com os públicos vem colocando.

O Estudo tem como parceiro científico o Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES-IUL) do Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL) e o apoio mecénico da Fundação Millennium bcp e da ONI.

No Estudo participaram 14 museus tutelados pela DGPC incluindo o Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado (MNAC-MC) cujos principais resultados aqui se apresentam.

MUSEUS PARTICIPANTES

Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves

Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado

Museu Nacional Grão Vasco

Museu Monográfico de Conimbriga - Museu Nacional

Museu Nacional da Música

Museu Nacional de Arqueologia

Museu Nacional de Arte Antiga

Museu Nacional do Azulejo

Museu Nacional dos Coches

Museu Nacional de Etnologia

Museu Nacional de Machado de Castro

Museu Nacional de Soares dos Reis

Museu Nacional do Teatro e da Dança

Museu Nacional do Traje

MÉTODO

O universo do Estudo é constituído pelos públicos com 15 e mais anos, nacionais e estrangeiros, que entraram no horário normal de funcionamento e cuja visita incluiu, ainda que não exclusivamente, a componente expositiva, permanente e/ou temporária.

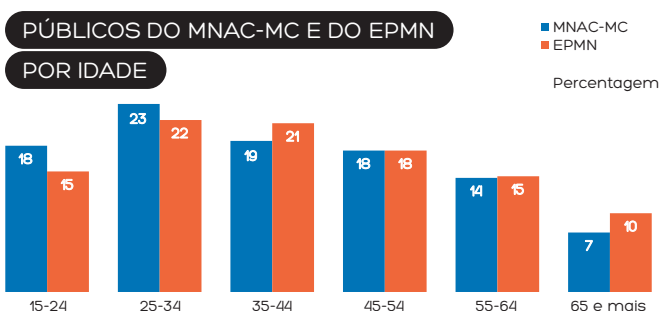
O preenchimento do questionário, autoadministrado, disponível em quatro idiomas (português, inglês, francês e espanhol), foi feito, no termo da visita, em computador numa plataforma online.

O trabalho de terreno decorreu numa base diária de 3 de dezembro de 2014 a 2 de dezembro de 2015.

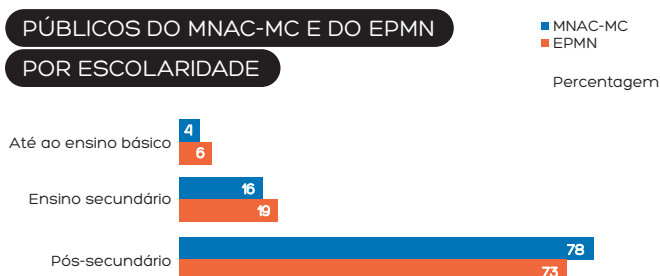
A amostra do MNAC-MC em análise é constituída por 1.142 questionários válidos dos quais 47% de portugueses e 53% de estrangeiros.

PERFIS SOCIAIS

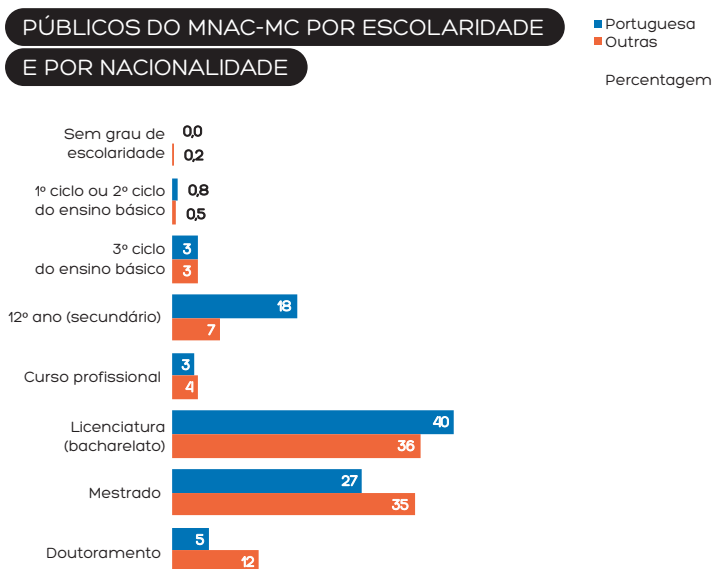
Por referência ao conjunto dos museus participantes no EPMN, o perfil social predominante dos públicos do MNAC-MC é semelhante no que diz respeito à idade (a média é de 40 anos quando no EPMN é de 42 anos), mas mais escolarizado (78% com pós-secundário contra 73%), com um nível de feminização coincidente (ambos com 56% de mulheres) e com maior predominância nas profissões de especialistas das atividades intelectuais e científicas (63% contra 61%). Tal como no EPMN, no MNAC-MC os públicos estrangeiros são relativamente mais escolarizados e qualificados em termos profissionais do que os nacionais.



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUÍ NÃO RESPÓSTAS.



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUÍ NÃO RESPÓSTAS.



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUÍ NÃO RESPÓSTAS.

ORIGEM GEOGRÁFICA

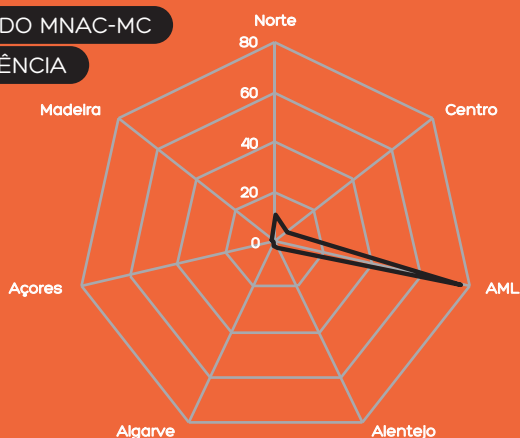
Os públicos do MNAC-MC têm uma maioria de estrangeiros na sua composição. Os públicos de nacionalidade portuguesa representam 47% (e destes, 2% residem no estrangeiro), valor ligeiramente abaixo do conjunto dos museus participantes no estudo. No MNAC-MC, dos 53% de estrangeiros, 3% residem em Portugal.

Os públicos nacionais residem maioritariamente na Área Metropolitana de Lisboa (76%), região onde se localiza o MNAC-MC, mais precisamente na cidade de Lisboa. Para além do grande destaque da AML, merecem ainda referência as regiões do Norte (11%) e Centro (6%).

PÚBLICOS NACIONAIS DO MNAC-MC

POR REGIÃO DE RESIDÊNCIA

Percentagem



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

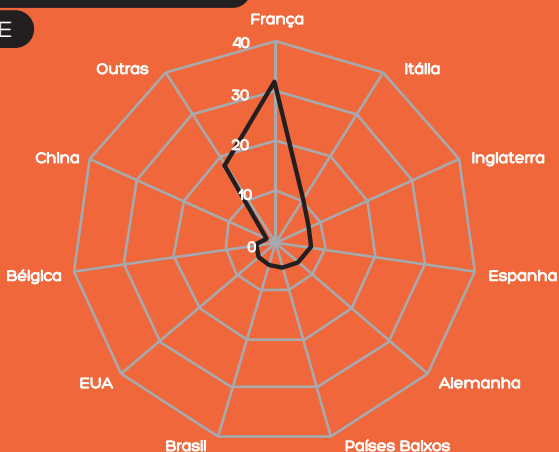
NOTA: EXCLUI NÃO RESPÓSTAS.

Os públicos estrangeiros têm diversas proveniências (são 49 as nacionalidades representadas), entre as quais se destaca com clareza a França com quase um terço dos inquiridos estrangeiros. Outros países com percentagens significativas, embora a larga distância de França, são a Itália (10%) e a Inglaterra e a Espanha (ambos com 7%). Somados, os públicos provenientes destes quatro países representam mais de metade dos estrangeiros.

PÚBLICOS ESTRANGEIROS DO MNAC-MC

POR NACIONALIDADE

Percentagem



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

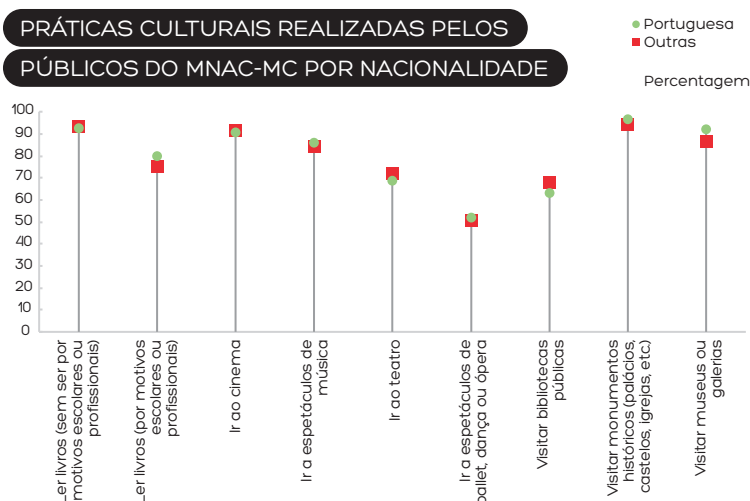
NOTA: EXCLUI NÃO RESPÓSTAS.

Os públicos são provenientes de todos os continentes, embora com a previsível predominância europeia, que significa 84% do total.

PRÁTICAS CULTURAIS

Os níveis de realização são muito elevados em todas as nove práticas culturais consideradas no inquérito. As diferenças entre os públicos nacionais e estrangeiros são relativamente pouco significativas. Não se reproduzem, portanto, no universo restrito dos públicos dos museus observados no EPMN, os baixos níveis de realização que a população portuguesa evidencia na comparação com outros países.

Entre os públicos do MNAC-MC verifica-se uma propensão mais acentuada dos públicos estrangeiros para práticas de saída, com destaque para visitas a bibliotecas públicas (68%, mais sete pontos percentuais) e para as idas ao teatro (72%, mais três pontos que os nacionais). Entre os portugueses verifica-se uma ligeira preponderância na leitura de livros por motivos escolares ou profissionais (80%, mais cinco pontos do que os estrangeiros).



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

NOTA: AS PERCENTAGENS CORRESPONDEM À REALIZAÇÃO PELO MENOS UMA VEZ NOS ÚLTIMOS 12 MESES.

AS RELAÇÕES COM O MNAC-MC E COM MUSEUS OU GALERIAS

Quanto às visitas ao MNAC-MC, predominam os públicos estreatantes com 70% (valor, mesmo assim, bastante abaixo da média do EPMN que é 81%). Por outro lado, 24% são públicos regulares, valor consideravelmente superior ao do EPMN (13%). Se a observação da relação de visita com este Museu destaca a predominância dos que o visitam pela primeira vez, a análise da relação com museus ou galerias mostra que são, em maioria (54%), públicos assíduos destas instituições culturais. De facto, apenas 6% dos públicos do MNAC-MC visitavam pela primeira vez (no período de referência, os últimos 12 meses) um museu no momento da resposta ao inquérito.

Entre os que já tinham visitado anteriormente o MNAC-MC, prevalecem os que realizaram a visita há mais de dois anos (32%), valor inferior ao do EPMN (37%), seguidos pelos públicos que tinham visitado o Museu entre 1 e 2 anos (20%).

MEIOS DE INFORMAÇÃO PRÉVIOS À VISITA

Em cada dez inquiridos, seis informaram-se previamente à visita ao MNAC-MC, uma prática comum entre os residentes no estrangeiro (64%) e os residentes em Portugal (63%). Entre os meios de informação a que recorreram, a internet e os roteiros turísticos são os mais referidos. A internet e a imprensa (jornal/revista) predominam entre os nacionais - embora a internet constitua também um importante recurso para os estrangeiros. O roteiro turístico, meio de informação direcionado especificamente para os turistas, é o mais referido pelos estrangeiros.



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTAS: VARIÁVEL MÚLTIPLA. EXCLUI NÃO RESPONDIDAS.

A grande maioria dos públicos recorreu a uma única fonte de informação (67%), ao passo que três em cada dez inquiridos utilizaram até três fontes. Entre estes, as combinações mais comuns destacam as que incluem a Internet: Internet/Sítio Web do Museu; Internet/Guia ou roteiro turístico; Internet/Facebook.

GRATUIDADE DO ACESSO AOS MUSEUS

Tendo em conta apenas os públicos portugueses, a existência de tarifas reduzidas ou isentas nos museus com entrada paga parece ser do conhecimento geral. De facto, 88% dos públicos portugueses do MNAC-MC procuram saber, aquando da visita, se têm direito a algum tipo de redução. Mais especificamente, quanto ao dia de gratuitidade então em vigor (primeiro domingo de cada mês) é do conhecimento de quase três quartos dos inquiridos.

O regime de gratuitidade suscita diferentes posicionamentos por parte dos públicos do MNAC-MC, e não apenas de adesão como seria de esperar. À semelhança do EPMN, 37% dos públicos do MNAC-MC, procura deliberadamente este regime para realizar as suas visitas, ao passo que uma parte significativa (46%) não procura agendar a visita em função da gratuitidade. As visitas em família e amigos (ambos com 9%) são contextos específicos que sugerem algum planeamento das visitas para o dia de entrada gratuita.

MODALIDADE DE ACOMPANHAMENTO

A visita ao MNAC-MC é predominantemente realizada em companhia (74%), a visita sozinho(a) verifica-se ainda assim para 26% dos públicos. São várias as modalidades de acompanhamento identificadas, ainda que com clara vantagem para o contexto familiar, e em particular em casal (35%). Esta é a modalidade onde o peso dos estrangeiros é consideravelmente maior que o dos nacionais (43% contra 26%). A visita com amigo(s) representa 19%. A visita organizada parece ser uma modalidade com reduzido significado (3%), mas deve aqui ter-se em conta os limites dos dados devido à dificuldade que esta modalidade tem do ponto de vista do método do inquérito.

As crianças e os jovens são o fulcro de muitas das visitas, com diferentes acompanhantes, familiares (mãe, pai, ambos, avó, avô, tios, etc.) e/ou amigos. Os públicos cuja visita inclui crianças e jovens até aos 12 anos são 7% da amostra. Trata-se de uma modalidade de acompanhamento em que sobressaem os públicos nacionais e que entre os estrangeiros é significativamente mais reduzida.

DURAÇÃO E MOTIVAÇÕES DA VISITA

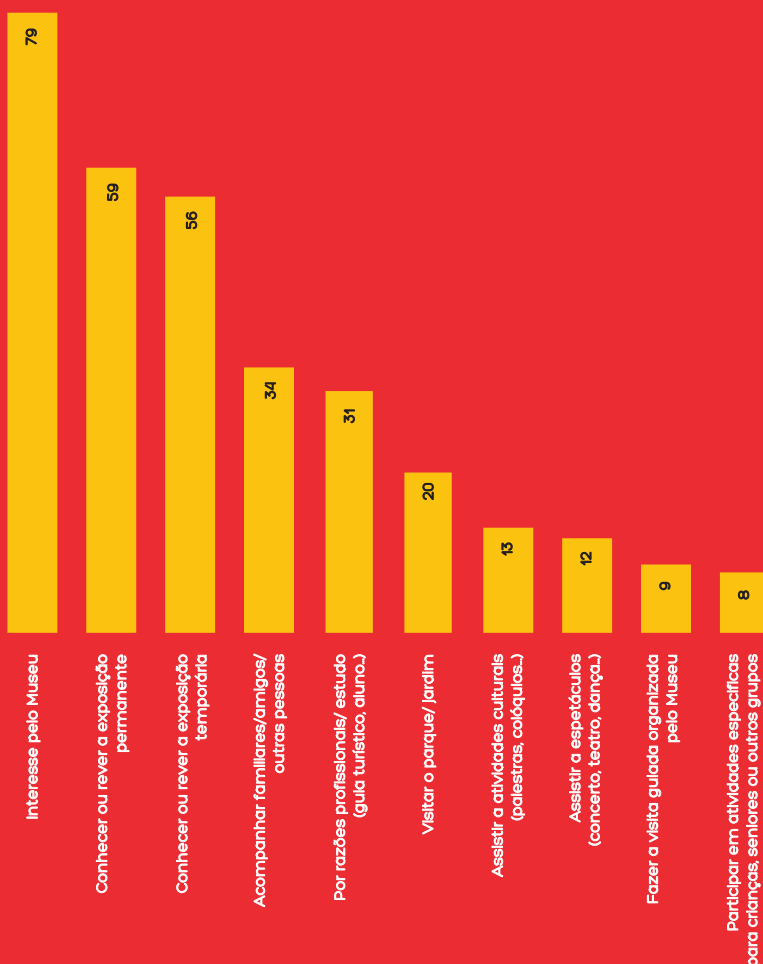
A duração da visita ao MNAC-MC situa-se, para uma parte significativa dos públicos (49%), entre os 30 e os 60 minutos, ou seja, predominam as visitas relativamente rápidas, no entanto, têm peso considerável as visitas entre os 60 e os 120 minutos (35%).

Quanto às motivações para a visita, das dez consideradas no inquérito, destacam-se o interesse pelo Museu (79%), conhecer ou rever a exposição permanente (59%) e ainda, conhecer ou rever a exposição temporária (56%). As menos referidas são assistir a atividades culturais, a espetáculos e fazer a visita guiada organizada pelo museu (com 13%, 12% e 9% respetivamente) e participar em atividades específicas para crianças, seniores ou outros grupos (8%).

MOTIVAÇÕES DA VISITA

AO MNAC-MC

Percentagem



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

NOTA: A ESCALA VARIA ENTRE MUITO IMPORTANTE, IMPORTANTE, POUCO IMPORTANTE E NADA IMPORTANTE. AS PERCENTAGENS RESULTAM DA SOMA DE MUITO IMPORTANTE E IMPORTANTE.

AVALIAÇÕES DO MNAC-MC

As avaliações do MNAC-MC, incluindo a experiência de visita, são globalmente positivas, em particular entre os públicos nacionais.

AVALIAÇÕES DO MNAC-MC: SUPORTES INFORMATIVOS,

INSTALAÇÕES, SERVIÇOS E ATIVIDADES

Porcentagem



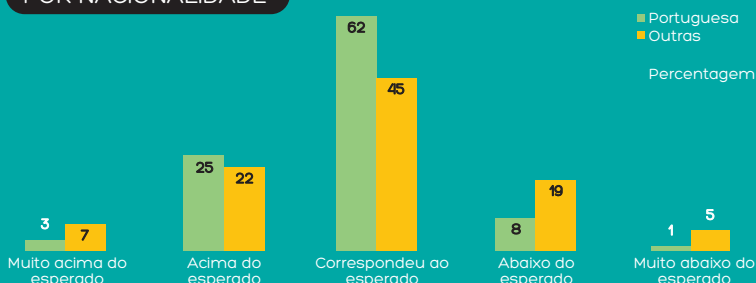
FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

NOTA: A ESCALA VARIA ENTRE MUITO SATISFEITO, SATISFEITO, INSATISFEITO E MUITO INSATISFEITO. AS PERCENTAGENS RESULTAM DA SOMA DE MUITO SATISFEITO E SATISFEITO.

EXPETATIVAS, INTENÇÃO DE REGRESSO E RECOMENDAÇÃO DE VISITA

Relativamente às expetativas iniciais quanto aos conteúdos expositivos, mais de metade dos públicos considera que corresponderam ao esperado e, entre os restantes, uma parte substancial julga que se situou acima (23%), outra, julga que se situou abaixo (14%) do esperado. A segmentação por nacionalidade mostra que, em comparação, nos públicos nacionais tanto se registam posicionamentos favoráveis (acima do esperado) como neutros (correspondeu ao esperado), ao passo que os públicos estrangeiros se destacam, para além, do acima do esperado e da correspondência ao esperado, no posicionamento abaixo do esperado.

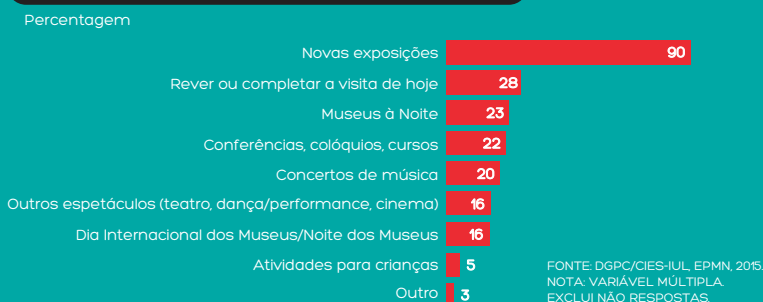
EXPETATIVAS INICIAIS QUANTO À VISITA AO MNAC-MC POR NACIONALIDADE



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUI NÃO RESPOSTAS.

A intenção de regresso ao MNAC-MC para nova visita nos 12 meses subsequentes, manifestada por 48% dos públicos, é muito influenciada pela proximidade geográfica (pela positiva) e pela nacionalidade (pela negativa): 74% dos nacionais contra 26% dos estrangeiros manifestou essa intenção. O principal motivo de regresso ao Museu é a existência de novas exposições (90%), ao qual se segue rever ou completar a visita efetuada (28%).

MOTIVOS PARA REGRESSAR AO MNAC-MC



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: VARIÁVEL MÚLTIPLA.
EXCLUI NÃO RESPOSTAS.

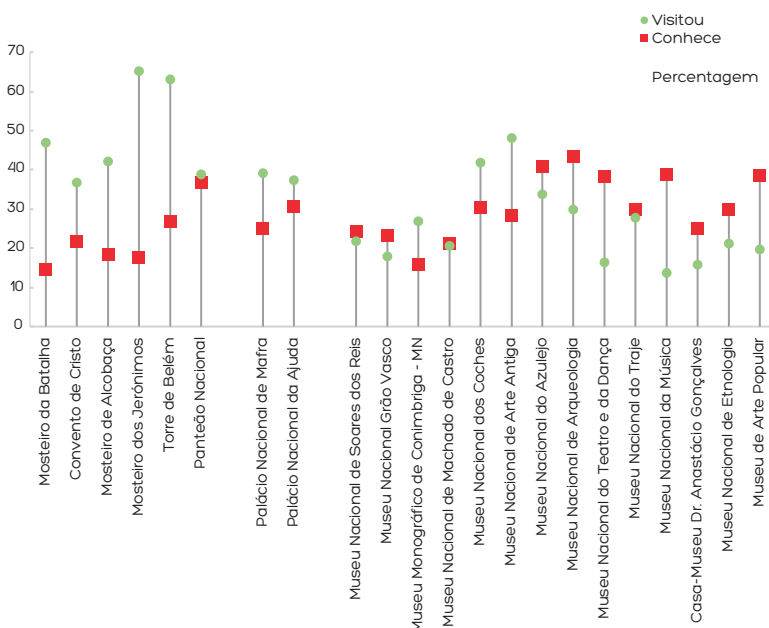
A disposição de recomendar a visita ao MNAC-MC é também positiva: numa escala de 0 (mínimo) a 10 (máximo), 18% responderam abaixo de 6 (tendencialmente não recomenda a visita). Mais de um terço situam-se entre 9 e 10, ou seja, recomendam a visita de modo muito expressivo constituindo-se assim como *promotores da visita* junto de amigos ou colegas. O valor médio das respostas dos públicos do MNAC-MC é 7,5 ao passo que o do conjunto dos museus participantes é 8,3.

CONHECIMENTO DOS MONUMENTOS, PALÁCIOS E MUSEUS DA DGPC

No conjunto das demais vinte e duas instituições culturais que a DGPC tutela destacam-se, quanto a já terem sido visitados pelos inquiridos no MNAC-MC, o Mosteiro dos Jerónimos e a Torre de Belém. O Museu Nacional da Música é o monumento que regista uma percentagem de mero conhecimento superior à dos que já o visitaram.

Entre os dois palácios nacionais, os valores referentes à visita são mais elevados para o Palácio Nacional de Mafra.

CONHECIMENTO E VISITA AOS MONUMENTOS, PALÁCIOS E MUSEUS DA DGPC POR PARTE DOS PÚBLICOS DO MNAC-MC



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Os Museus Nacionais de Arte Antiga, dos Coches, do Azulejo e de Arqueologia destacam-se do ponto de vista do conhecimento. Com exceção do Museu Nacional dos Coches, do Museu Monográfico de Conimbriga - MN e do Museu Nacional de Arte Antiga as percentagens de mero conhecimento são superiores às dos que já visitaram.

MOTIVAÇÕES E PRÁTICAS RELACIONADAS COM MUSEUS

Todas as motivações de visita consideradas no inquérito suscitam grande adesão por parte dos públicos, todas se revelam importantes na tomada de decisão de visita. Ainda assim, a motivação mais apontada é a do gosto pela arte. Num patamar relativamente elevado situam-se ainda outras motivações: a aprendizagem, a vertente hedonista, a informativa, a diversidade cultural e a expositiva.

MOTIVAÇÕES DOS PÚBLICOS DO MNAC-MC

PARA VISITAR MUSEUS



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

NOTA: A ESCALA VARIA ENTRE 1 (MENOS IMPORTANTE) E 7 (MAIS IMPORTANTE).

A maioria dos públicos do MNAC-MC (65%) assinala o acesso gratuito como principal motivo para visitar mais museus. Destaque-se ainda a divulgação da programação dos museus (48%), sendo que a programação mais variada (43%) e o horário mais alargado (35%) e são motivos relevantes para mais de metade dos públicos. Estes parecem ser os motivos mais notórios, mas 5% referiu diversos outros.

Entre as práticas relacionadas com museus, evidencia-se com clareza a visita frequente a exposições (86%). No outro extremo, apenas 16% declara participar frequentemente em redes sociais sobre museus na Internet. Ainda nesta vertente da participação digital, 46% assinalou visitar frequente ou muito frequentemente sites de museus na Internet e 26% fazer visitas virtuais de exposições na Internet.

PRÁTICAS DOS PÚBLICOS DO MNAC-MC

RELACIONADAS COM MUSEUS



FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

NOTA: A ESCALA VARIA ENTRE MUITO FREQUENTEMENTE, COM ALGUMA FREQUÊNCIA, RARAMENTE E NUNCA; AS PORCENTAGENS RESULTAM DA SOMA DAS RESPOSTAS MUITO FREQUENTEMENTE E COM ALGUMA FREQUÊNCIA.

Os resultados aqui apresentados constituem uma síntese do inquérito por questionário cujo trabalho de campo decorreu, numa base diária, num período longo de 12 meses e permitem, desde já, traçar **o perfil predominante dos públicos do MNAC-MC: com uma componente maioritária de estrangeiros, em qualquer caso qualificado em termos escolares e profissionais, com níveis elevados de práticas culturais,** incluindo as visitas a museus.

Permitem também, como ficou patente, conhecer as motivações da visita a museus, as avaliações do Museu ou a notoriedade das **instituições tuteladas pela DGPC**, entre outros resultados que podem contribuir para a cada vez mais indispensável articulação do MNAC-MC com os seus públicos.

A publicação com os resultados completos do estudo de públicos do MNAC-MC está disponível em <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/dgpc/estudos-de-publicos/>

Outubro 2019

Equipa de investigação na análise dos resultados

ISCTE-IUL, CIES-IUL: José Soares Neves (coordenação científica), Caterina Foà, Jorge Santos, Maria João Lima e Inês Pereira.

Mecenas exclusivo: Fundação Millennium bcp.

Equipa executiva de concepção e aplicação do estudo

DMCC/DGPC: Manuel Bairrão Oleiro, Teresa Mourão (coordenação executiva), Nuno Fradique Gonçalves, Teresa Moura Pereira e Ricardo Rosado. ISCTE-IUL, CIES-IUL: José Soares Neves e Jorge Santos. MNAC-MC/DGPC: (dir) David Santos/Samuel Rego, Maria de Aires Silveira, Sofia Kahn, Liliana Dias e restante equipa do MNAC-MC.

Mecenas: Fundação Millennium bcp e ONI.





REPÚBLICA
PORTUGUESA

CULTURA

**PATRIMÓNIO
CULTURAL**

Direção-Geral do Património Cultural

Direção-Geral do Património Cultural (DGPC)

Palácio Nacional da Ajuda

1349-021 Lisboa

www.patrimoniocultural.pt



PARCEIRO:

CIES IUL

Centro de Investimentos em Estudos e Serviços

ISCTE IUL

Instituto Universitário de Lisboa

MECENAS:

FUNDAÇÃO
**MILLENNIUM
BCP**

oni

