



REPÚBLICA
PORTUGUESA
CULTURA

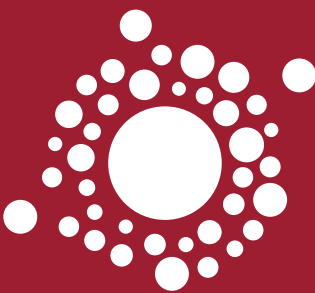
PATRIMÓNIO
CULTURAL
Direção-Geral do Património Cultural



MUSEU NACIONAL DE
ETNOLOGIA



Principais Resultados
Públicos
do Museu
Nacional de
Etnologia



ESTUDO
PÚBLICOS
DE
MUSEUS NACIONAIS

PARCEIRO:



ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

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 mecenático da Fundação Millennium bcp e da ONI.

No Estudo participaram 14 museus tutelados pela DGPC incluindo o Museu Nacional de Etnologia (MNE) 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.

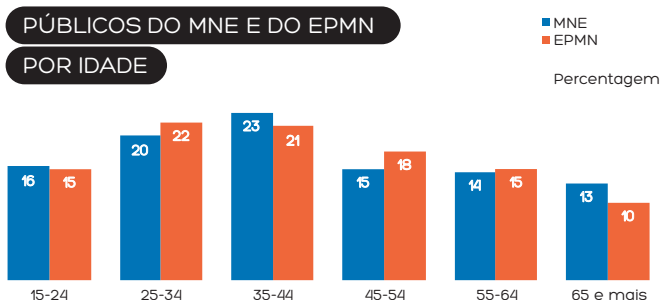
A amostra do MNE em análise é constituída por 527 questionários válidos dos quais 51% de portugueses e 49% de estrangeiros.

PERFIS SOCIAIS

Por referência ao conjunto dos museus participantes no EPMN, o perfil social predominante dos públicos do MNE é semelhante no que diz respeito à idade (a média é de 43 anos no MNE e no EPMN, 42 anos), mas mais escolarizado (78% com pós-secundário contra 73%), com um nível de feminização inferior (52% são mulheres, quando no EPMN representam 56%) e com maior predominância nas profissões de especialistas das atividades intelectuais e científicas (63% contra 61%). Tal como no EPMN, no MNE os públicos estrangeiros são relativamente mais escolarizados e qualificados em termos profissionais do que os nacionais.

PÚBLICOS DO MNE E DO EPMN

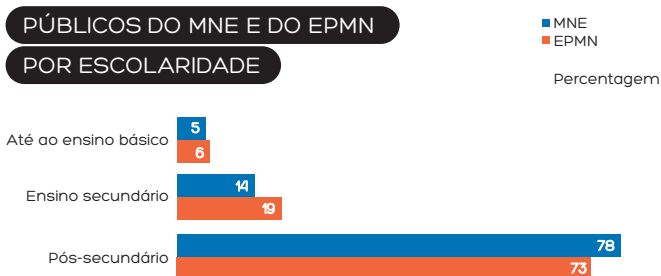
POR IDADE



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

PÚBLICOS DO MNE E DO EPMN

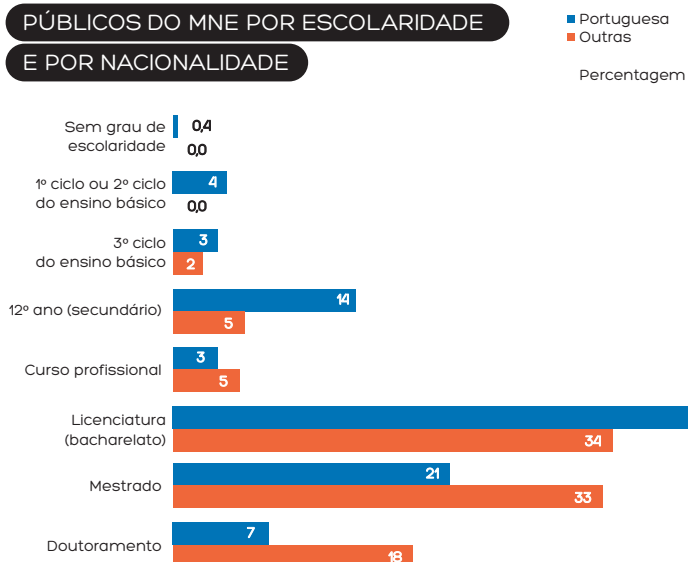
POR ESCOLARIDADE



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

PÚBLICOS DO MNE POR ESCOLARIDADE

E POR NACIONALIDADE



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

ORIGEM GEOGRÁFICA

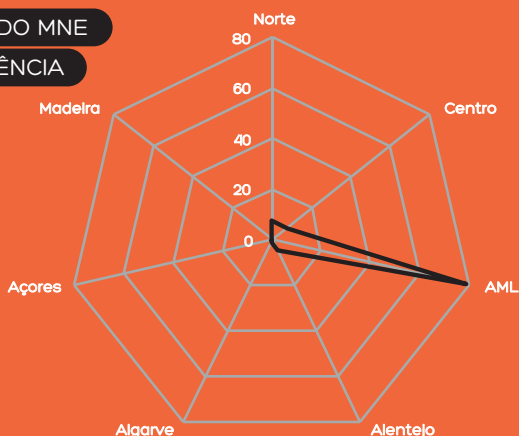
Os públicos do MNE têm uma ligeira maioria de portugueses na sua composição. Os públicos de nacionalidade portuguesa representam 51% (e destes, 2% residem no estrangeiro), valor acima do conjunto dos museus participantes no estudo. No MNE, dos 49% de estrangeiros, 7% residem em Portugal.

Os públicos nacionais residem maioritariamente na AML-Área Metropolitana de Lisboa (79%), região onde se localiza o MNE, mais precisamente na cidade de Lisboa. Para além do grande destaque da AML, merecem ainda referência as regiões do Norte (8%) e Centro (7%).

PÚBLICOS NACIONAIS DO MNE

POR REGIÃO DE RESIDÊNCIA

Percentagem



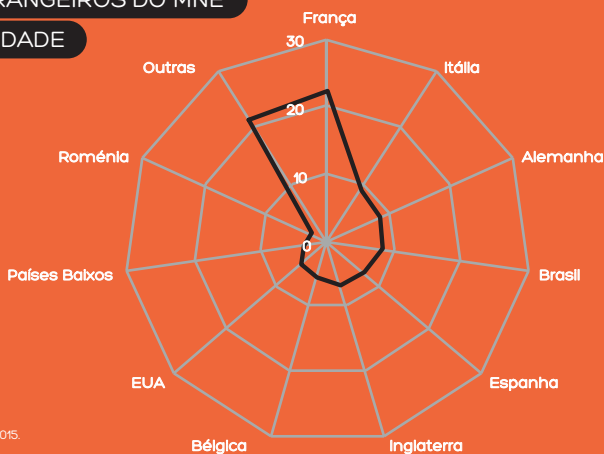
FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUÍ NÃO RESPÓSTAS.

Os públicos estrangeiros têm diversas proveniências (são 41 as nacionalidades representadas), entre as quais se destaca com clareza a França com mais de um quinto dos inquiridos estrangeiros. Outros países com percentagens significativas, embora a larga distância de França, são a Itália e a Alemanha (ambos com 9%) e o Brasil (com 8%). Somados, os públicos provenientes destes quatro países representam quase metade dos estrangeiros.

PÚBLICOS ESTRANGEIROS DO MNE

POR NACIONALIDADE

Percentagem



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

Os públicos são provenientes de todos os continentes, embora com a previsível predominância europeia, que significa 85% 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 MNE verifica-se uma propensão mais acentuada dos públicos estrangeiros para visitas às bibliotecas públicas (73%, mais oito pontos percentuais) e a leitura de livros por motivos escolares ou profissionais (84%, mais 10 pontos percentuais). Entre os portugueses verifica-se uma preponderância para práticas de saída, como idas a espetáculos de música (84%, mais três pontos do que os estrangeiros) e de ballet, dança ou ópera (46%, mais cinco pontos do que os estrangeiros).



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

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

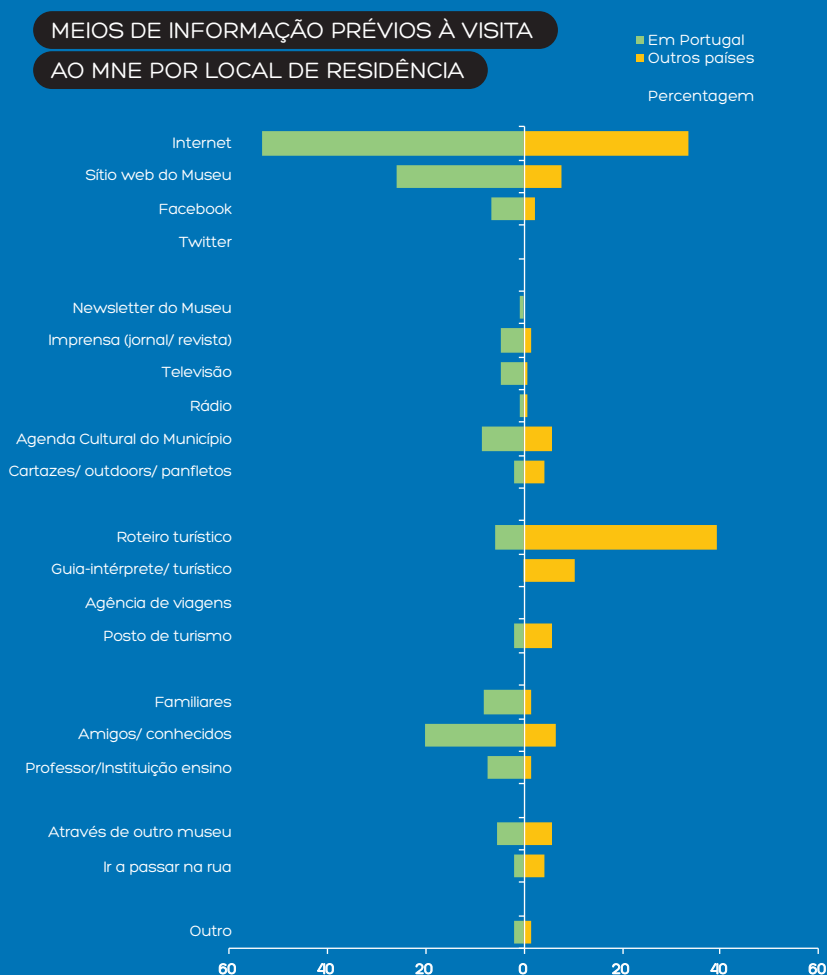
AS RELAÇÕES COM O MNE E COM MUSEUS OU GALERIAS

Quanto às visitas ao MNE, predominam os públicos estreatantes com 74% (valor, mesmo assim, abaixo da média do EPMN que é 81%). Por outro lado, 19% são públicos regulares, valor 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 5% dos públicos do MNE 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 MNE, prevalecem os que realizaram a visita há mais de dois anos (42%), valor acima do EPMN (37%), seguidos pelos públicos que tinham visitado o Museu há mais de um ano, mas há menos de dois (18%).

MEIOS DE INFORMAÇÃO PRÉVIOS À VISITA

Em cada dez inquiridos, seis informaram-se previamente à visita ao MNE, uma prática com maior prevalência entre os residentes no estrangeiro (64%) do que entre os residentes em Portugal (51%). Entre os meios de informação a que recorreram, a Internet e os roteiros turísticos são os mais referidos. Os meios digitais e as relações de convivalidade 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. EXCLUÍ NÃO RESPONSTAS.

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

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, 75% dos públicos portugueses do MNE procuram saber, aquando da visita, se têm direito a algum tipo de redução. Mais especificamente, quanto ao dia de gratuidade então em vigor (primeiro domingo de cada mês) é do conhecimento de um pouco mais de três quartos dos inquiridos.

O regime de gratuidade suscita diferentes posicionamentos por parte dos públicos do MNE, e não apenas de adesão como seria de esperar. Com efeito, 43% procura deliberadamente este regime para realizar as suas visitas (contra 37% no EPMN), ao passo que uma parte menos significativa (36%) não procura agendar a visita em função da gratuidade. As visitas em família (16%) são contextos específicos que sugerem algum planeamento das visitas para o dia de entrada gratuita.

MODALIDADE DE ACOMPANHAMENTO

A visita ao MNE 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 (29%). Esta é a modalidade onde o peso dos estrangeiros é consideravelmente maior que o dos nacionais (37% contra 21%). A visita com amigo(s) representa 16%. A visita organizada parece ser uma modalidade com reduzido significado (5%), 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 20% 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

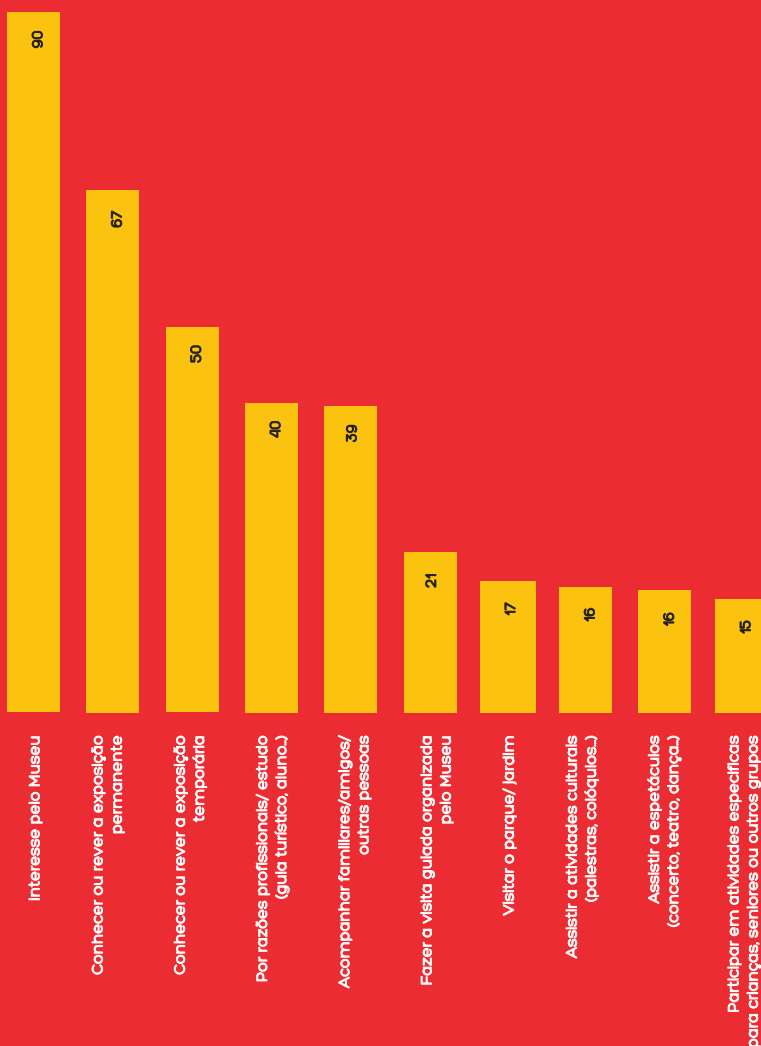
A duração da visita ao MNE situa-se, para uma parte significativa dos públicos entre os 30 e os 120 minutos (80%), percentagem que se reparte equilibradamente entre visitas rápidas (30 minutos a uma hora) e demoradas (uma a duas horas).

Quanto às motivações para a visita, das dez consideradas no inquérito, destacam-se o interesse pelo Museu (90%), conhecer ou rever a exposição permanente (67%) ou temporária (50%) e ainda, apesar de menos relevante que as anteriores, por razões profissionais (40%) ou acompanhar familiares/amigos/outras pessoas (com 39%). As menos referidas são assistir a atividades culturais e assistir a espetáculos (ambos com 16%), e participar em atividades específicas para crianças, seniores ou outros grupos (15%).

MOTIVAÇÕES DA VISITA

AO MNE

Percentagem



FONTE: DGPC/CIES-IJUL, 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.

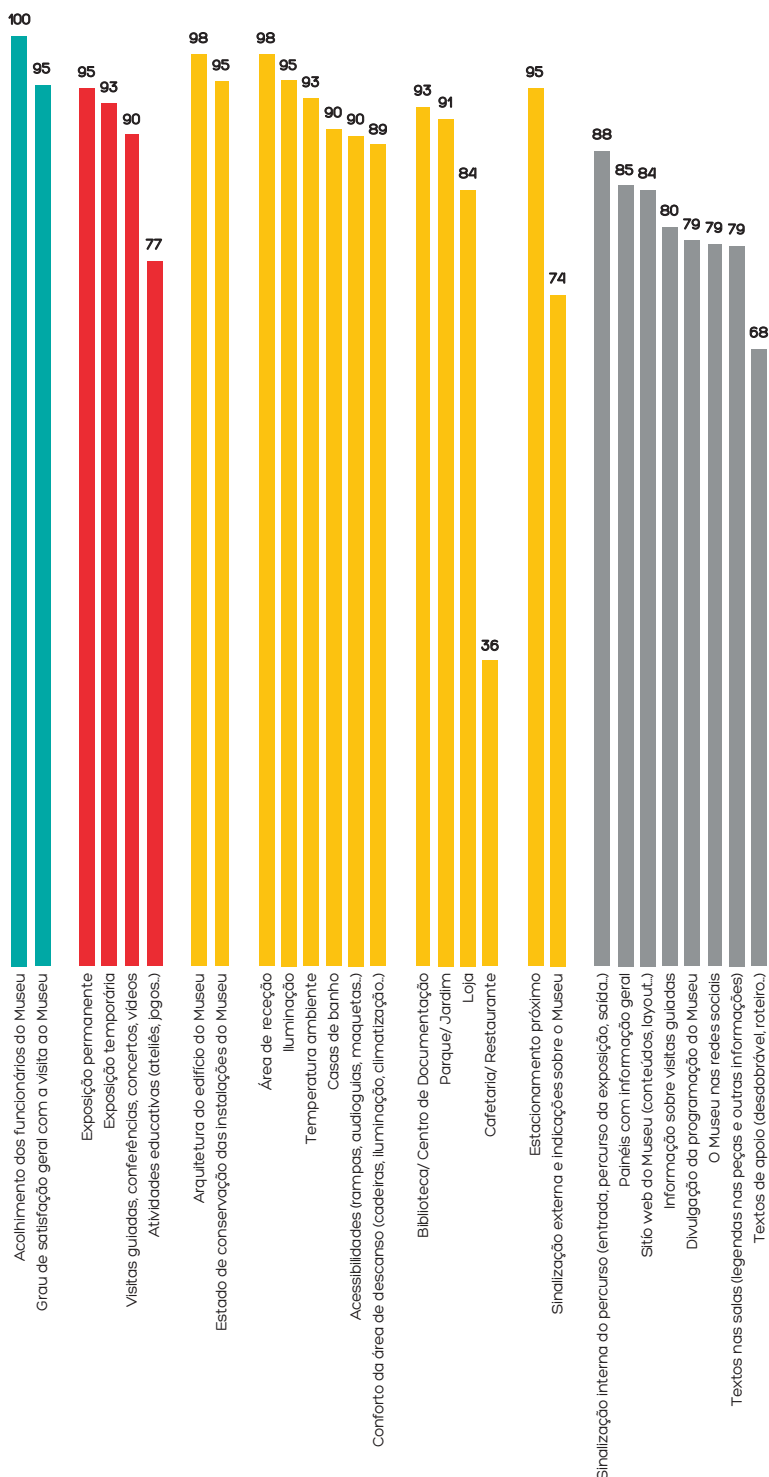
AVALIAÇÕES DO MNE

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

AVALIAÇÕES DO MNE: SUPORTES INFORMATIVOS,

INSTALAÇÕES, SERVIÇOS E ATIVIDADES

Porcentagem



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

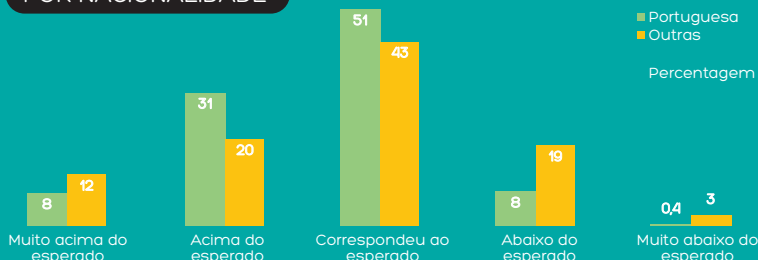
NOTA: A ESCALA VARIA ENTRE MUITO SATISFEITO, SATISFEITO, INSATISFEITO E MUITO INSATISFEITO. AS PERCENTAGENS RESULTAM DA SOMA DE MUITO SATISFEITO E SATISFEITO.

EXPETATIVAS, INTENÇÃO DE REGRESSO E RECOMENDAÇÃO DE VISITA

Relativamente às expetativas iniciais quanto aos conteúdos expositivos, cerca de metade dos públicos considera que corresponderam ao esperado e, entre os restantes, uma parte substancial julga que se situou acima (26%) ou mesmo muito acima (10%) 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 nos posicionamentos muito acima do esperado e abaixo do esperado.

EXPETATIVAS INICIAIS QUANTO À VISITA AO MNE

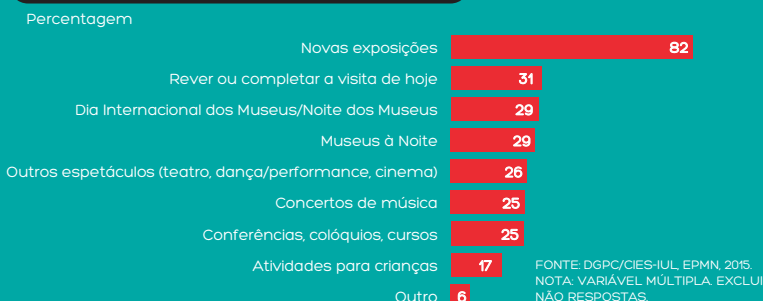
POR NACIONALIDADE



FORNTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUI NÃO RESPOTAS.

A intenção de regresso ao MNE 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): 66% dos nacionais contra 34% dos estrangeiros manifestou essa intenção. O principal motivo de regresso ao Museu é a existência de novas exposições (82%), ao qual se segue rever ou completar a visita efetuada (31%).

MOTIVOS PARA REGRESSAR AO MNE



FORNTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: VARIÁVEL MÚLTIPLA. EXCLUI NÃO RESPOTAS.

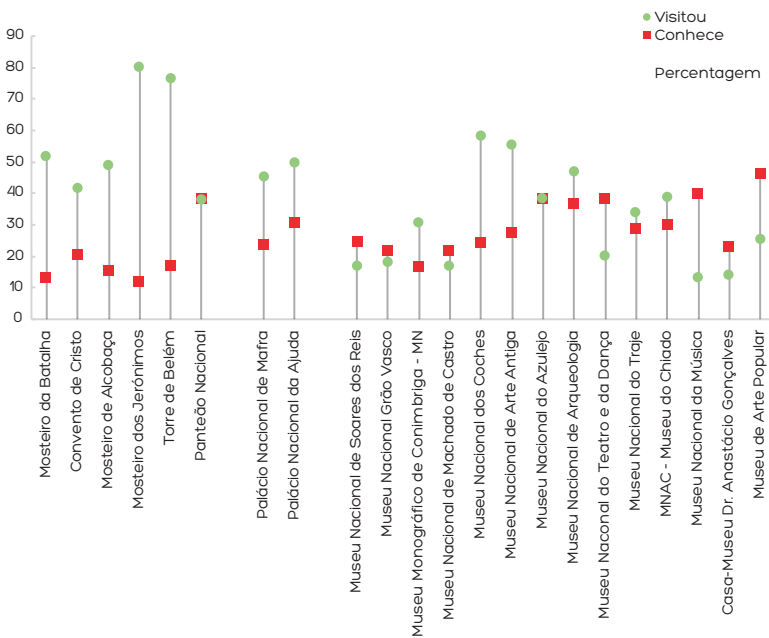
A disposição de recomendar a visita ao MNE é também positiva: numa escala de 0 (mínimo) a 10 (máximo), 16% responderam abaixo de 6 (tendencialmente não recomenda a visita). Perto de metade (46%) situam-se entre 9 e 10, ou seja, recomendam a visita de modo muito expressivo constituindo-se assim como *promotores da visita* junto de amigos ou colegas. O valor médio das respostas dos públicos do MNE é 7,9 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 MNE, o Mosteiro dos Jerónimos e a Torre de Belém. O Panteão Nacional é o monumento que regista uma percentagem de mero conhecimento praticamente idêntica à dos que já o visitaram.

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

CONHECIMENTO E VISITA AOS MONUMENTOS, PALÁCIOS E MUSEUS DA DGPC POR PARTE DOS PÚBLICOS DO MNE



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

Os museus nacionais da Música, do Teatro e da Dança e o Museu de Arte Popular destacam-se do ponto de vista do conhecimento. Dos 14 museus inquiridos, para além dos três já referidos, noutros quatro - Museu Nacional de Soares dos Reis, Museu Nacional Grão Vasco, Museu Nacional de Machado de Castro e Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves - 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, as motivações mais apontadas são a aprendizagem e compreender a diversidade cultural. Num patamar relativamente elevado situam-se ainda outras motivações: o gosto pela arte, a vertente informativa, a hedonista, a diversidade cultural e a expositiva.

MOTIVAÇÕES DOS PÚBLICOS DO MNE

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 MNE (61%) assinala o acesso gratuito como principal motivo para visitar mais museus. Destaque-se ainda a divulgação da programação dos museus (51%) e a programação mais variada (42%), sendo que o horário mais alargado (30%) é motivo relevante para quase um terço dos públicos. Estes parecem ser os motivos mais notórios, mas 4% referiu diversos outros.

Entre as práticas relacionadas com museus, evidencia-se com clareza a visita frequente a exposições (85%). No outro extremo, apenas 14% 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 27% fazer visitas virtuais de exposições na Internet.

PRÁTICAS DOS PÚBLICOS DO MNE

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 MNE: com uma componente ligeiramente maioritária de portugueses, mas menos feminizado que no conjunto do EPMN, 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 MNE com os seus públicos.

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

Abril 2019

Equipa de investigação na análise dos resultados

ISCTE-IUL, CIES-IUL: José Soares Neves (coordenação científica), Maria João Lima, Jorge Santos e Miguel Lopes.

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. MNE/DGPC: Paulo Ferreira da Costa (dir.), Ana Botas e restante equipa do MNE.

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 e Estudos em Património Cultural

ISCTE IUL

Instituto Universitário de Lisboa

MECENAS:

FUNDAÇÃO
**MILLENNIUM
BCP**

oni

