



REPÚBLICA
PORTUGUESA
CULTURA

PATRIMÓNIO
CULTURAL

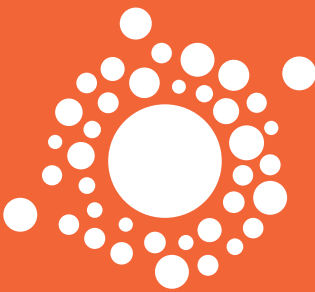
Direção-Geral do Património Cultural



MUSEU
NACIONAL
DE MACHADO
DE CASTRO
CENTENÁRIO



Principais Resultados
Públicos
do Museu
Nacional de
Machado de
Castro



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 do Instituto Universitário de Lisboa (CIES-IUL) e contou com o apoio mecénico da Fundação Millennium bcp e da ONI.

No Estudo participaram 14 museus tutelados pela DGPC incluindo o Museu Nacional de Machado de Castro (MNMC) 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

MÉTODOS

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.

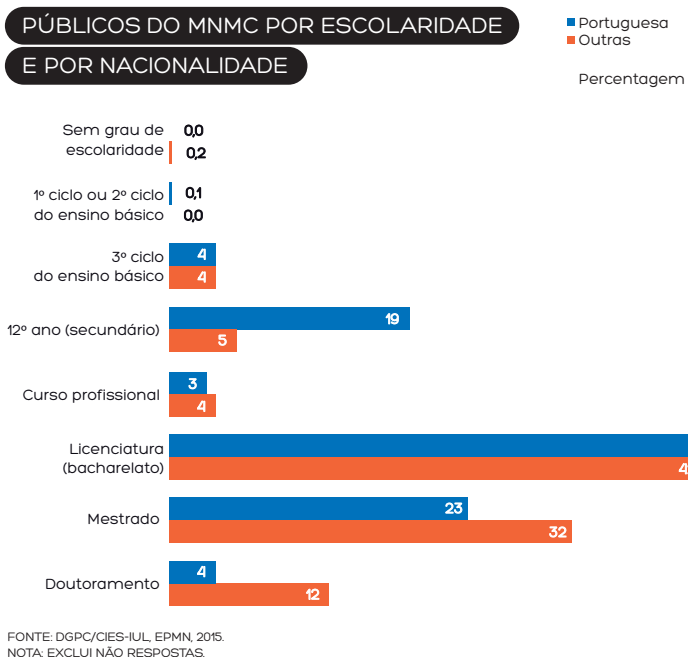
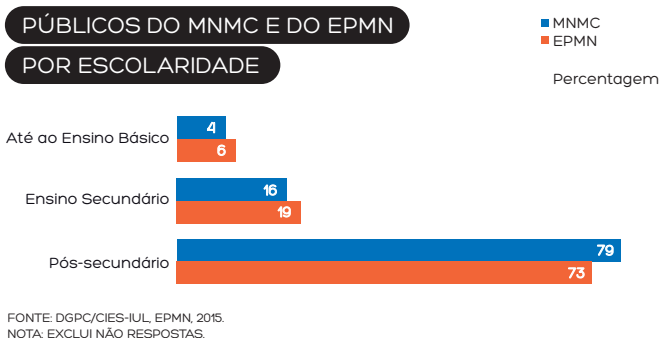
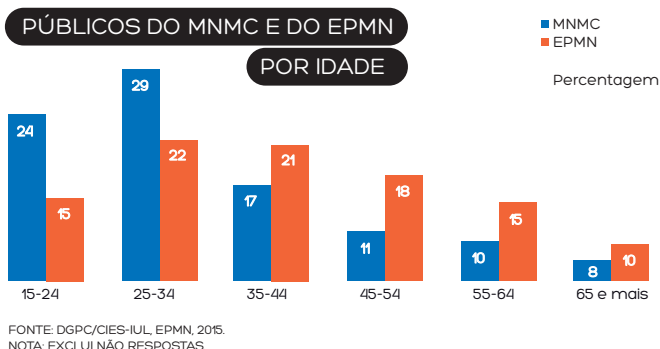
O preenchimento do questionário, autoadministrado, disponível em quatro idiomas (português, inglês, francês e espanhol), foi feito, no termo da visita, em computador numa plataforma online.

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

A amostra do MNMC em análise é constituída por 1.262 questionários válidos dos quais 56% de portugueses e 44% de estrangeiros.

PERFIS SOCIAIS

Por referência ao conjunto dos museus participantes no EPMN o perfil social predominante dos públicos do MNMC regista maior incidência nos grupos de idade jovens e é mesmo dos mais jovens (a média de idades é de 37 anos contra 42 no EPMN), significativamente mais escolarizado, com nível de feminização semelhante (55% são mulheres quando no EPMN representam 56%) e com maior predominância nas profissões de especialistas das atividades intelectuais e científicas (68% contra 61%). Destaca-se ainda pela sobre-representação dos estudantes (24%, mais nove pontos percentuais). Tal como no EPMN, no MNMC os públicos estrangeiros são relativamente mais escolarizados e qualificados em termos profissionais do que os nacionais.



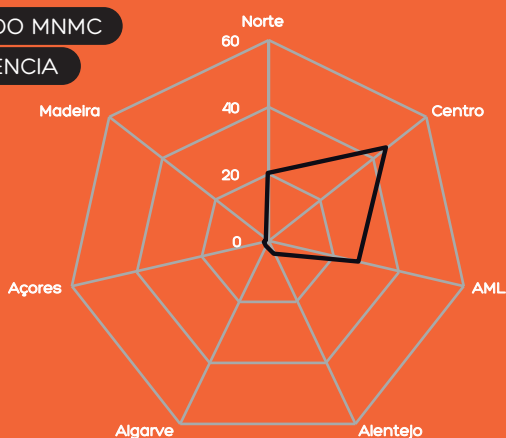
ORIGEM GEOGRÁFICA

Os públicos do MNMC têm uma ligeira maioria de nacionais na sua composição. Os públicos de nacionalidade portuguesa representam 56% (e destes 3% residem no estrangeiro), o que contrasta com o conjunto dos museus participantes no estudo em que são 47%. No MNMC, dos 46% de estrangeiros, 5% residem em Portugal.

Os públicos nacionais residem maioritariamente na região Centro, região onde está localizado o MNMC, mais precisamente na cidade de Coimbra.

PÚBLICOS NACIONAIS DO MNMC POR REGIÃO DE RESIDÊNCIA

Percentagem



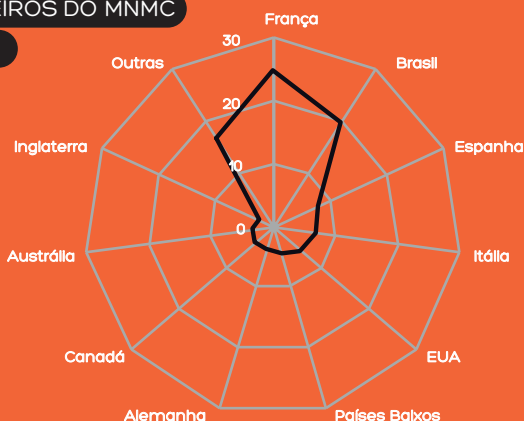
FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUI NÃO RESPONDAS.

Para além do claro destaque da região Centro (com 45% dos públicos nacionais) merecem ainda referência a AML (27%) e a região Norte (20%).

Os públicos estrangeiros têm diversas proveniências (são 46 as nacionalidades representadas), entre as quais se destaca com clareza a França com um em cada quatro inquiridos estrangeiros. Outro país com percentagem próxima é o Brasil (20%), ambos a larga distância dos países que se seguem, a Espanha, a Itália e os EUA (8%, 7% e 6%, respetivamente). Somados, os públicos provenientes destes cinco países representam quase dois terços dos estrangeiros.

PÚBLICOS ESTRANGEIROS DO MNMC POR NACIONALIDADE

Percentagem



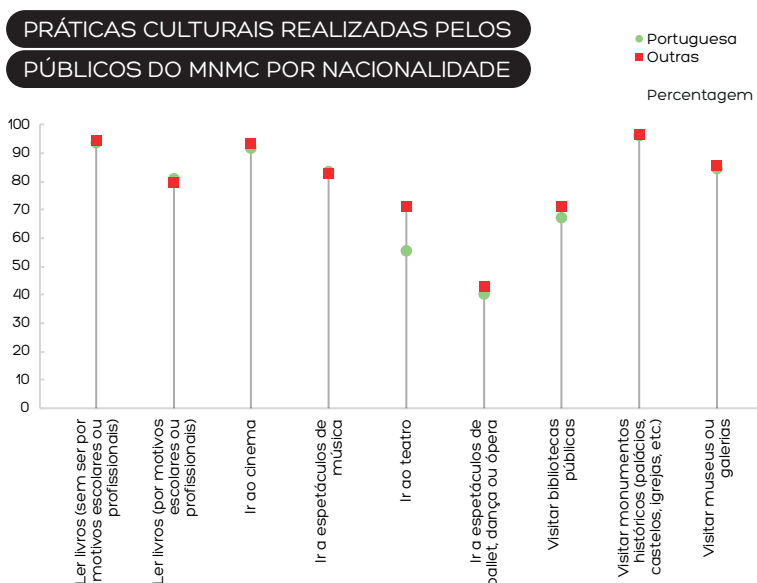
FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUI NÃO RESPONDAS.

Os públicos são provenientes de todos os continentes, embora naturalmente com predominância para a Europa, que significa 65% 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 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 MNMC verifica-se uma propensão mais acentuada dos estrangeiros para práticas de saída, com destaque para as idas ao teatro (71%, mais 15 pontos) e outras práticas como as visitas a bibliotecas públicas (também 71%, mas apenas mais quatro pontos percentuais do que os nacionais), e a espetáculos de ballet, dança ou música (43%, mais dois pontos).



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

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

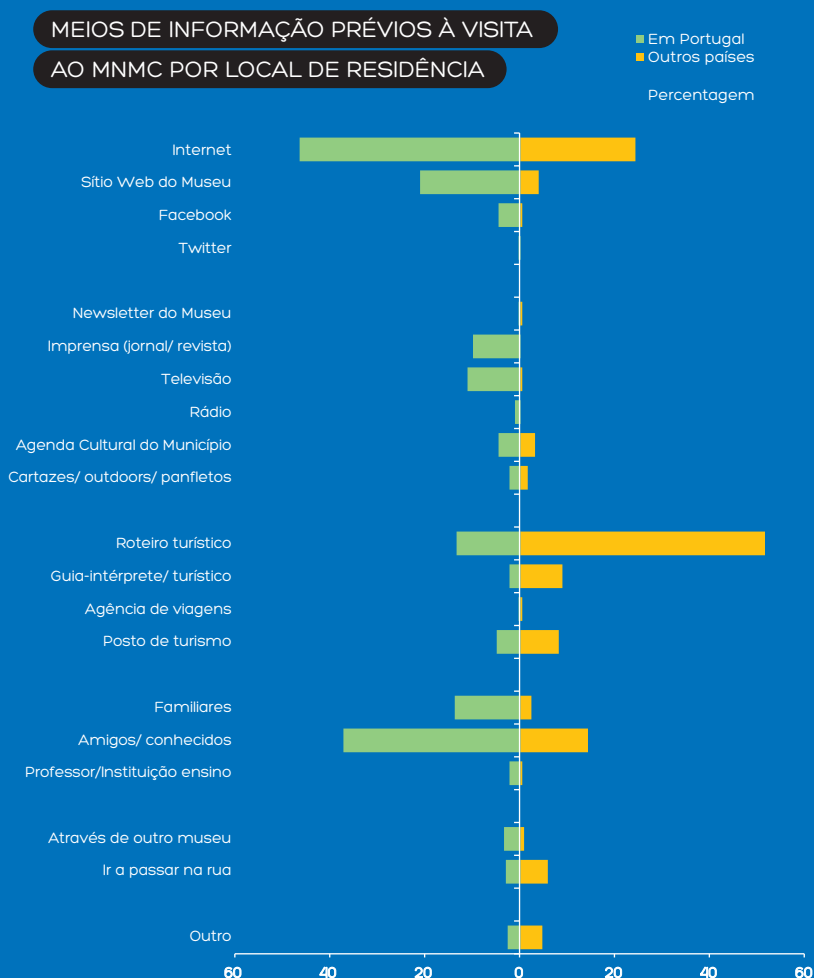
AS RELAÇÕES COM O MNMC E COM MUSEUS OU GALERIAS

Quanto à relação de visita com o MNMC predominam com clareza os públicos estreadantes (82%). Se a observação desta relação com o Museu destaca a predominância dos estreadantes, a análise da relação com museus ou galerias mostra que são, em parte significativa (45%), públicos assíduos destas instituições culturais. De facto, são 12% os públicos que 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 MNMC prevalecem os que realizaram a visita há mais de 2 anos (43%)

MEIOS DE INFORMAÇÃO PRÉVIOS À VISITA

Em cada dez inquiridos seis informou-se previamente à visita realizada ao MNMC, uma prática com maior prevalência entre os públicos residentes no estrangeiro (73%) do que entre os residentes em Portugal (48%). Quanto aos meios de informação a que recorreram, a Internet, os roteiros turísticos e os amigos/conhecidos são os mais referidos. Os meios digitais (Internet) e as relações de convivialidade com amigos ou conhecidos predominam entre os nacionais - embora a Internet constitua também um importante recurso para os estrangeiros -, os meios de informação mais especificamente direcionados para os turistas (roteiro) são os mais referidos pelos estrangeiros.



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

A grande maioria dos públicos recorreu a uma única fonte de informação (66%), ao passo que 29% utilizou 2 ou, no máximo, 3 fontes. Entre estes, das combinatórias mais comuns destacam-se as que incluem a Internet (Internet/Sítio Web do Museu; Internet/Roteiro turístico; Internet/Amigos), mas incluem também outros meios como os relacionados com os amigos (Amigos/Sítio Web do Museu; Amigos/Roteiro turístico).

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, 85% dos públicos nacionais do MNMC tem por adquirida a sua existência e procuram saber, aquando da visita, se têm direito a algum tipo de redução. Mais especificamente quanto ao dia de gratuidade em vigor na fase de recolha de informação (primeiro domingo de cada mês) é do conhecimento de seis em cada dez inquiridos.

O regime de gratuidade suscita diferentes posicionamentos por parte dos públicos do MNMC, e não apenas de adesão como se poderia esperar. Com efeito metade visita os museus quando quer, não procurando agendar a visita para esse dia, ao passo que uma parte menos significativa, 36%, o faz, ou seja, procura deliberadamente este dia para realizar as suas visitas. As visitas em família (15%) ou com amigos (11%) são contextos específicos que sugerem algum planeamento das visitas para o dia de entrada gratuita.

MODALIDADE DE ACOMPANHAMENTO

A visita ao MNMC é predominantemente realizada em companhia, a visita sozinho(a) verifica-se ainda assim em 23% dos públicos. São várias as modalidades de acompanhamento identificadas, ainda que com clara vantagem para o contexto familiar, e em particular em casal (41%). A visita com amigo(s) representa 17%. A visita organizada parece ser uma modalidade com reduzido significado, 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 incluiu crianças e jovens até aos 12 anos são 9% 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

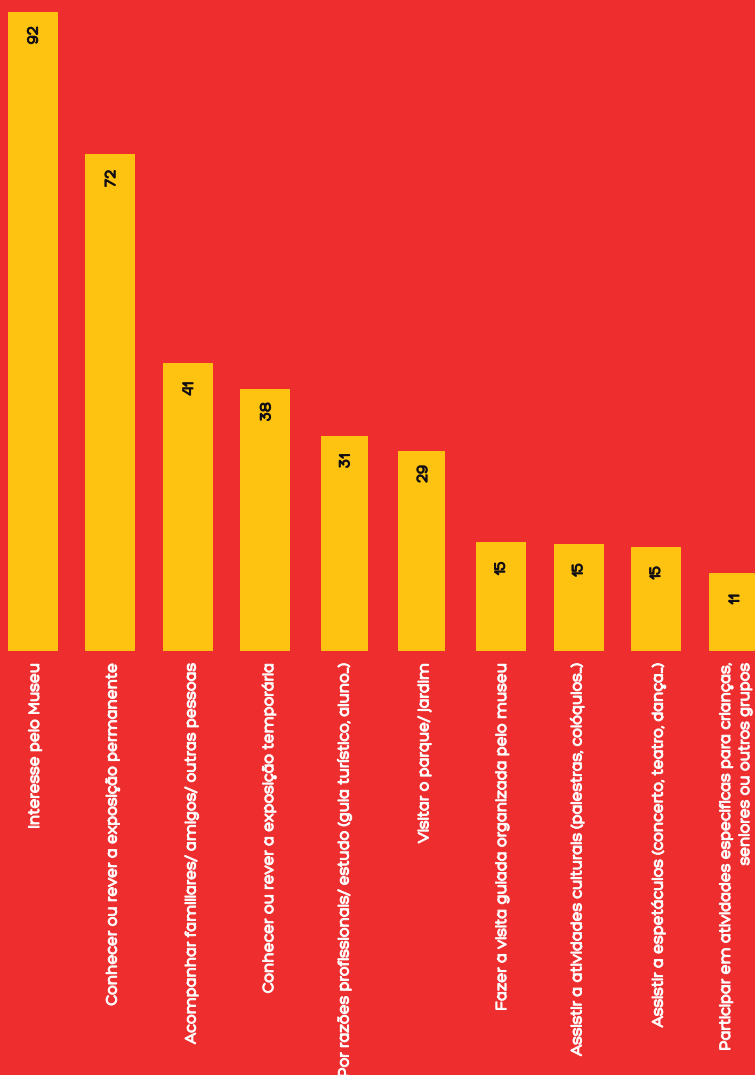
A duração da visita ao MNMC situa-se, para a maioria dos públicos (57%), entre os 60 e os 120 minutos, ou seja, predominam as visitas relativamente demoradas, dado que se confirma se se tiver em conta que, dos restantes, 27% demorou-se na visita mais de 2 horas. Este é um dos museus observados em que os públicos mais se demoram.

Quanto às motivações para a visita, das dez consideradas no inquérito, destacam-se o interesse pelo Museu (92%) e conhecer ou rever a exposição permanente (72%). As menos referidas são assistir a espetáculos (15%) e participar em atividades específicas para crianças, seniores ou outros grupos (11%).

MOTIVAÇÕES DA VISITA

AO MNMC

Percentagem



FONTE: DGPC/CIES-JUL, 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.

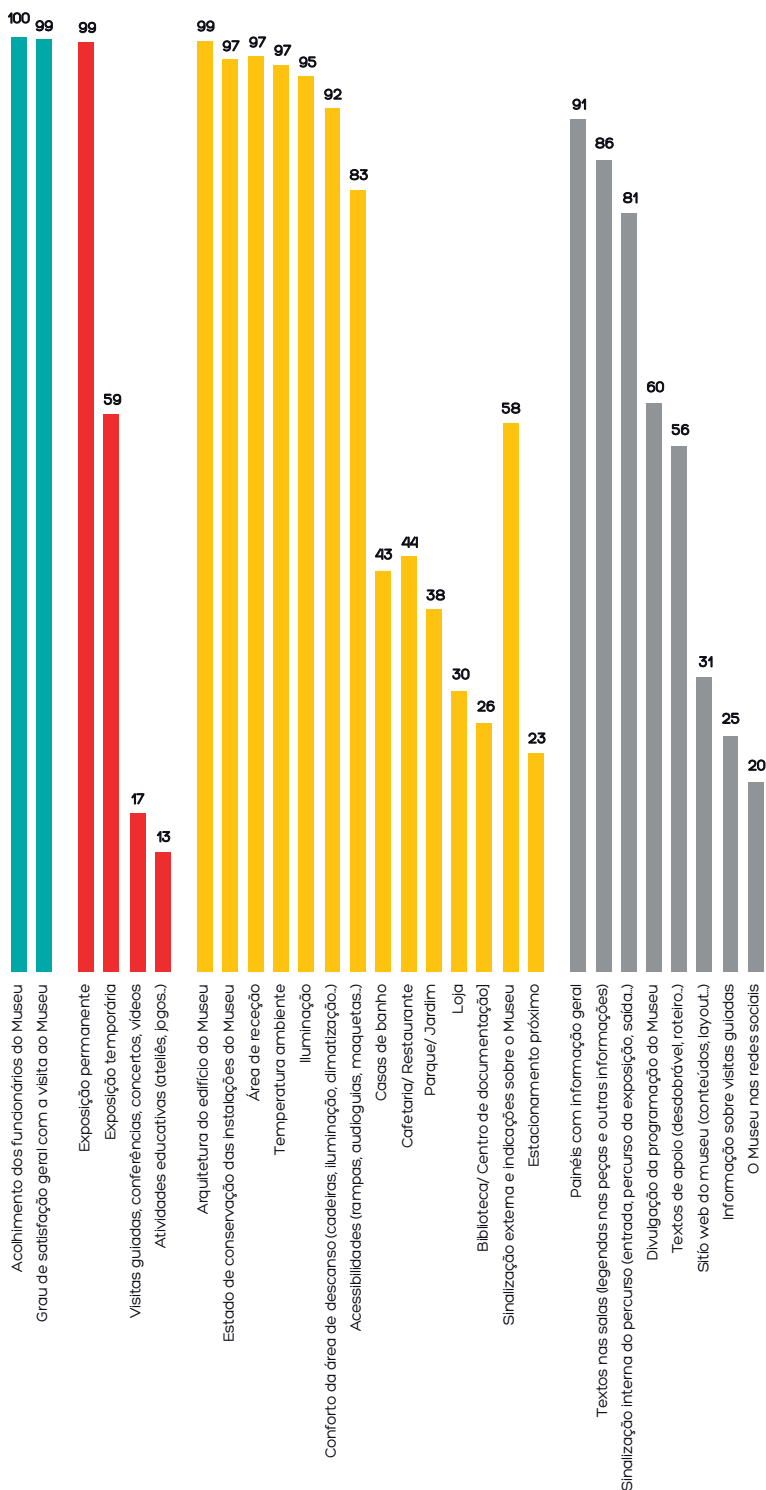
AVALIAÇÕES DO MNMC

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

AVALIAÇÕES DO MNMC: SUPORTES INFORMATIVOS,

INSTALAÇÕES, SERVIÇOS E ATIVIDADES

Porcentagem



FORNTE: 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.

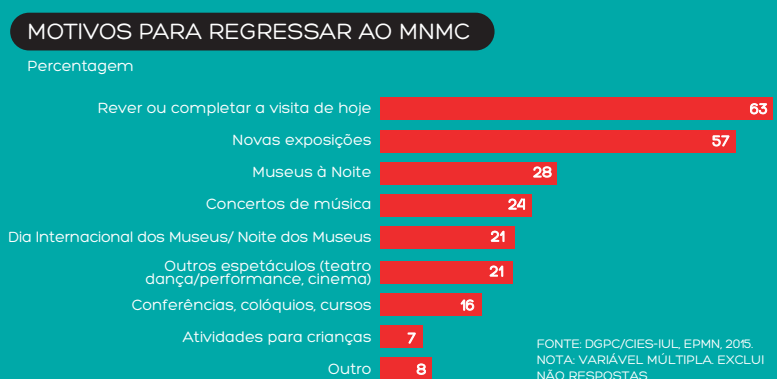
EXPETATIVAS, INTENÇÃO DE REGRESSO E RECOMENDAÇÃO DE VISITA

O que antes foi dito a propósito das avaliações do MNMC e da visita por parte dos públicos, ou seja, que são globalmente positivas, está patente em três outras questões do inquérito.

Relativamente às expetativas iniciais quanto aos conteúdos expositivos, um quarto dos públicos considera que corresponderam ao esperado e, entre os restantes, a parte mais substancial julga que se situou muito acima (30%) ou acima (43%) do esperado. Neste museu a experiência de visita superou claramente as expetativas iniciais para uma parte muito relevante dos públicos. A segmentação por nacionalidade mostra que é entre os públicos nacionais que se registam os posicionamentos mais favoráveis (acima ou muito acima do esperado), e entre os estrangeiros os posicionamentos menos favoráveis.



A intenção de regresso ao MNMC para nova visita nos 12 meses subsequentes, manifestada por 40% dos públicos, é muito influenciada pela proximidade geográfica e pela nacionalidade: 50% dos nacionais contra 26% dos estrangeiros manifestou essa intenção. O principal motivo de regresso ao museu é rever ou completar a visita efetuada (63%) a que se segue a apresentação de novas exposições (57%).



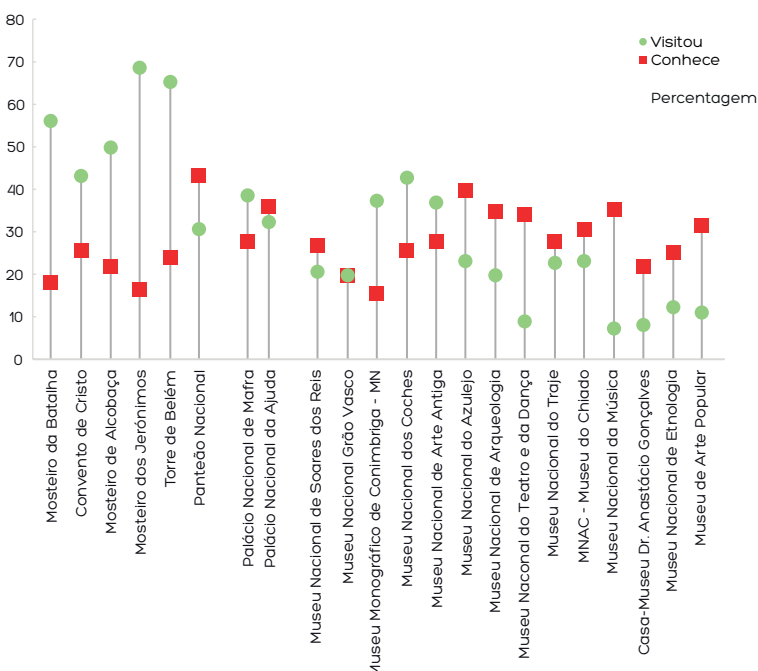
A disposição de recomendar a visita ao MNMC é também muito positiva: numa escala de 0 (mínimo) a 10 (máximo), apenas 5% responderam abaixo de 6. Dois terços situam-se entre 9 e 10, ou seja, recomendam a visita de modo muito expressivo constituindo-se assim como promotores da visita junto de amigos ou colegas. O valor médio das respostas dos públicos do MNMC é 9,0, 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 MNMC, o Mosteiro dos Jerónimos e a Torre de Belém. O Panteão Nacional é o monumento que regista uma percentagem de mero conhecimento superior à dos que já o visitaram.

Entre os dois palácios nacionais, apesar de as percentagens de visita serem próximas, os valores referentes ao conhecimento são mais elevados no Palácio Nacional da Ajuda, localizado em Lisboa.

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



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

Os museus nacionais do Azulejo, de Arqueologia, da Música e do Teatro e da Dança destacam-se do ponto de vista do conhecimento. Com exceção dos museus nacionais dos Coches, do Monográfico de Conímbriga e de Arte Antiga, nos restantes museus 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 mais referidas são a aprendizagem e o gosto pela arte. Num patamar relativamente elevado situam-se ainda outras duas motivações: a informativa e a vertente hedonista, como fonte de inspiração e prazer.

MOTIVAÇÕES DOS PÚBLICOS DO MNMC

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 MNMC assinala o acesso gratuito como principal motivo para visitar mais museus. Destaque-se ainda a divulgação da programação dos museus (58%), sendo que programação mais variada e horário mais alargado são motivos relevantes para 35% dos públicos. Estes parecem ser os motivos mais notórios, mas 5% referiu diversos outros.

Entre as práticas relacionadas com museus mais referidas evidencia-se claramente a visita frequente a exposições (76%). No outro extremo, 15% declara participar mais frequentemente em redes sociais sobre museus na Internet. Ainda nesta vertente da participação digital, 41% assinalou visitar frequente ou muito frequentemente sites de museus na Internet e 26% fazer visitas virtuais de exposições na Internet.

PRÁTICAS DOS PÚBLICOS DO MNMC

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 MNMC: maioritariamente nacionais, mas com uma importante componente de estrangeiros, em qualquer caso qualificados em termos escolares e profissionais, relativamente jovem e 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 MNMC com os seus públicos.

A publicação com os resultados completos do estudo de públicos do MNMC está disponível em <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/>

Setembro 2018

Equipa de investigação na análise dos resultados

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

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. MNMC/DGPC: Ana Alcoforado (dir.), Carolina Semedo, Ivone Tavares, Jorge Venceslau, Maria José Costa, Marisa Martins, Virgínia Gomes e restante equipa do MNMC.

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

