



REPÚBLICA
PORTUGUESA
CULTURA

PATRIMÓNIO
CULTURAL

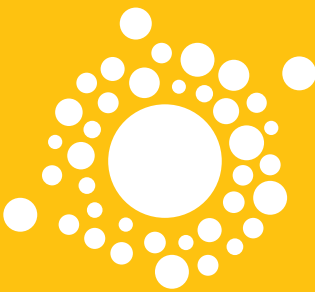
Direção-Geral do Património Cultural



MUSEU NACIONAL DE
SOARES DOS REIS



Principais Resultados
Públicos
do Museu
Nacional de
Soares dos
Reis



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 mecenático da Fundação Millennium bcp e da ONI.

No Estudo participaram 14 museus tutelados pela DGPC incluindo o Museu Nacional de Soares dos Reis (MNSR) 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.

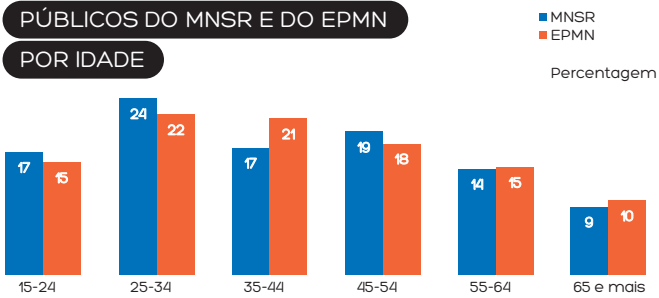
A amostra do MNSR em análise é constituída por 908 questionários válidos dos quais 47% de portugueses e 53% de estrangeiros.

PERFIS SOCIAIS

Por referência ao conjunto dos museus participantes no EPMN, o perfil social predominante dos públicos do MNSR é relativamente mais novo (40% têm menos de 35 anos ao passo que no EPMN representam 37%), mais escolarizado (79% tem níveis pós-secundários, ao passo que no EPMN o valor situa-se nos 73%) e com maior predominância nas profissões de especialistas das atividades intelectuais e científicas (63% contra 61%). Destaca-se ainda por ter uma menor presença de públicos com crianças e jovens com idades até aos 12 anos a seu cargo (13% no MNSR contra 19% no EPMN). Tal como no EPMN, no MNSR os públicos estrangeiros são relativamente mais escolarizados e qualificados em termos profissionais do que os nacionais.

PÚBLICOS DO MNSR E DO EPMN

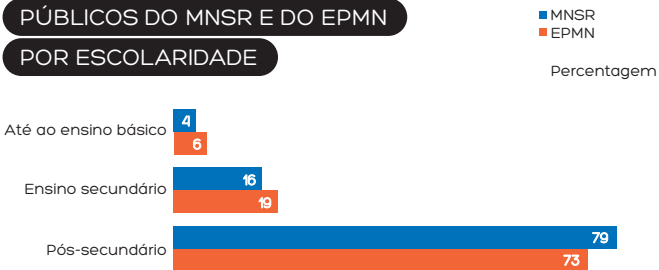
POR IDADE



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

PÚBLICOS DO MNSR E DO EPMN

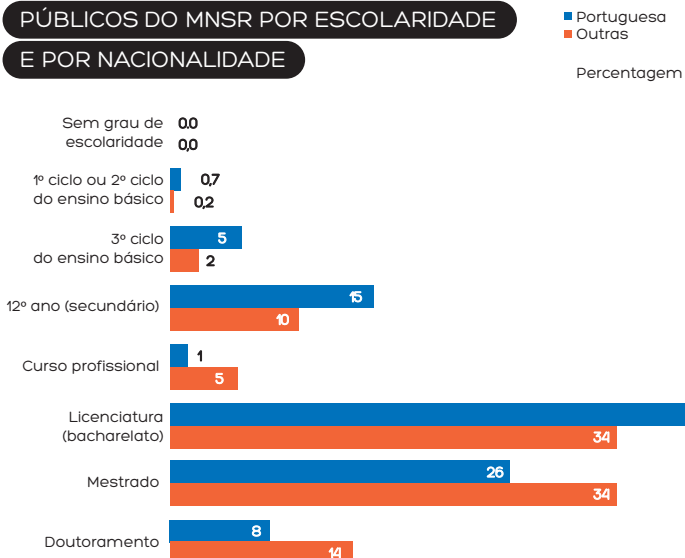
POR ESCOLARIDADE



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

PÚBLICOS DO MNSR POR ESCOLARIDADE

E POR NACIONALIDADE



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

ORIGEM GEOGRÁFICA

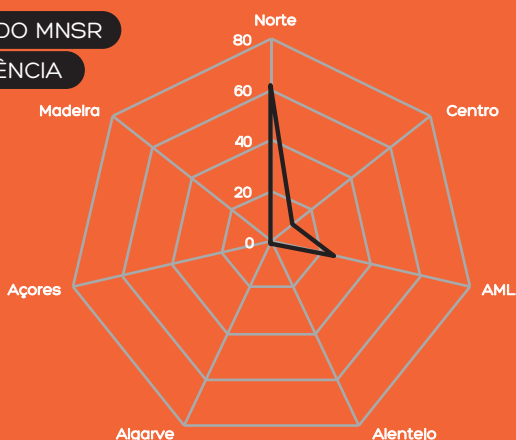
Os públicos do MNSR têm uma composição internacional maioritária. Os públicos de nacionalidade portuguesa representam 47% (e destes, 2% residem no estrangeiro), valor que é exatamente igual ao do conjunto dos museus participantes no estudo. Dos 53% de estrangeiros, 3% residem em Portugal.

Os públicos nacionais residem maioritariamente na região Norte, região onde se localiza o MNSR, mais precisamente no concelho do Porto.

PÚBLICOS NACIONAIS DO MNSR

POR REGIÃO DE RESIDÊNCIA

Percentagem



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

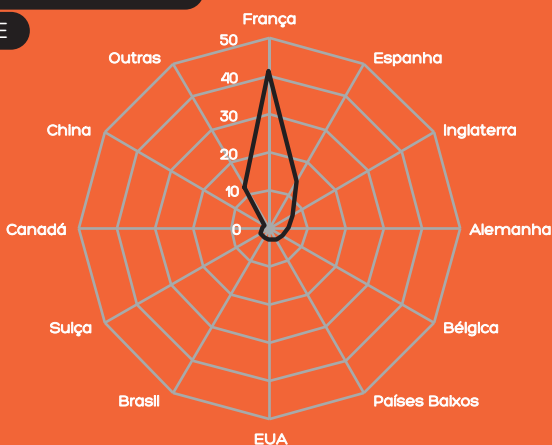
Para além do claro destaque da região Norte (com 62% dos públicos nacionais) merecem ainda referência as regiões Área Metropolitana de Lisboa (25%) e Centro (11%).

Os públicos estrangeiros têm diversas proveniências (são 40 as nacionalidades representadas), entre as quais se destaca com clareza a França (dois em cada cinco inquiridos estrangeiros). Outros países com percentagens significativas, embora muito distantes da de França, são a Espanha (14%) e a Inglaterra (7%). Somados, os públicos provenientes destes países representam perto de dois terços dos estrangeiros.

PÚBLICOS ESTRANGEIROS DO MNSR

POR NACIONALIDADE

Percentagem



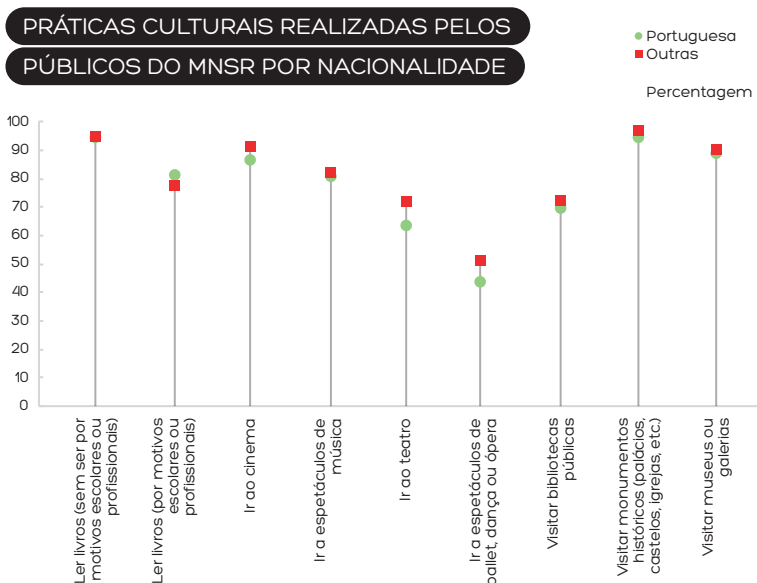
FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUÍ NÃO RESPÓSTAS.

Os públicos são provenientes de todos os continentes, embora com a previsível predominância europeia, que significa 87% 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 MNSR verifica-se uma propensão mais acentuada dos públicos estrangeiros para práticas de saída, com destaque para as idas ao teatro (72%, mais oito pontos percentuais do que os nacionais) e para as idas a espetáculos de ballet, dança ou ópera (51%, mais sete pontos). Entre os portugueses verifica-se uma ligeira preponderância na leitura de livros por motivos escolares ou profissionais (82%, mais quatro pontos do que os estrangeiros).



AS RELAÇÕES COM O MNSR E COM MUSEUS OU GALERIAS

Quanto às visitas ao MNSR, predominam com clareza os públicos estreadantes (82%). Se a observação da relação com o Museu destaca a predominância dos que o visitam pela primeira vez, a análise da relação com museus ou galerias mostra que são, em maioria (52%), públicos assíduos destas instituições culturais. De facto, apenas 6% dos públicos 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 MNSR prevalecem os que realizaram a visita há mais de dois anos (33%).

MEIOS DE INFORMAÇÃO PRÉVIOS À VISITA

Sete em cada dez inquiridos informou-se previamente à visita ao MNSR, uma prática com maior prevalência entre os públicos estrangeiros (79%) do que entre os nacionais (51%). Entre os meios de informação a que recorreram, os roteiros turísticos e a Internet são os mais referidos. Os meios digitais e as relações de convivialidade 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 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 (73%), ao passo que 24% utilizou duas ou, no máximo, três fontes. Entre estes, as combinatórias mais comuns destacam as que incluem a Internet: Internet/Sítio Web do Museu; Internet/Roteiro turístico; Internet/Amigos e Internet/Imprensa.

GRATUITIDADE 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 portugueses do MNSR têm 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 então em vigor (primeiro domingo de cada mês) é do conhecimento de sete em cada dez inquiridos.

O regime de gratuidade suscita diferentes posicionamentos por parte dos públicos do MNSR, e não apenas de adesão como se poderia esperar. Com efeito, 43% visita os museus quando quer, não procurando agendar a visita em função da gratuidade, ao passo que uma parte menos significativa, 39% procura deliberadamente este regime para realizar as suas visitas. As visitas em família (14%) ou com amigos (8%) são contextos específicos que sugerem algum planeamento para o dia de entrada gratuita.

MODALIDADE DE ACOMPANHAMENTO

A visita ao MNSR é predominantemente realizada em companhia, a visita sozinho(a) verifica-se para 24% dos públicos. Mas são várias as modalidades de acompanhamento identificadas, ainda que com clara vantagem para o contexto familiar, e em particular em casal (34%). 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 inclui crianças e jovens até aos 12 anos são 13% 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

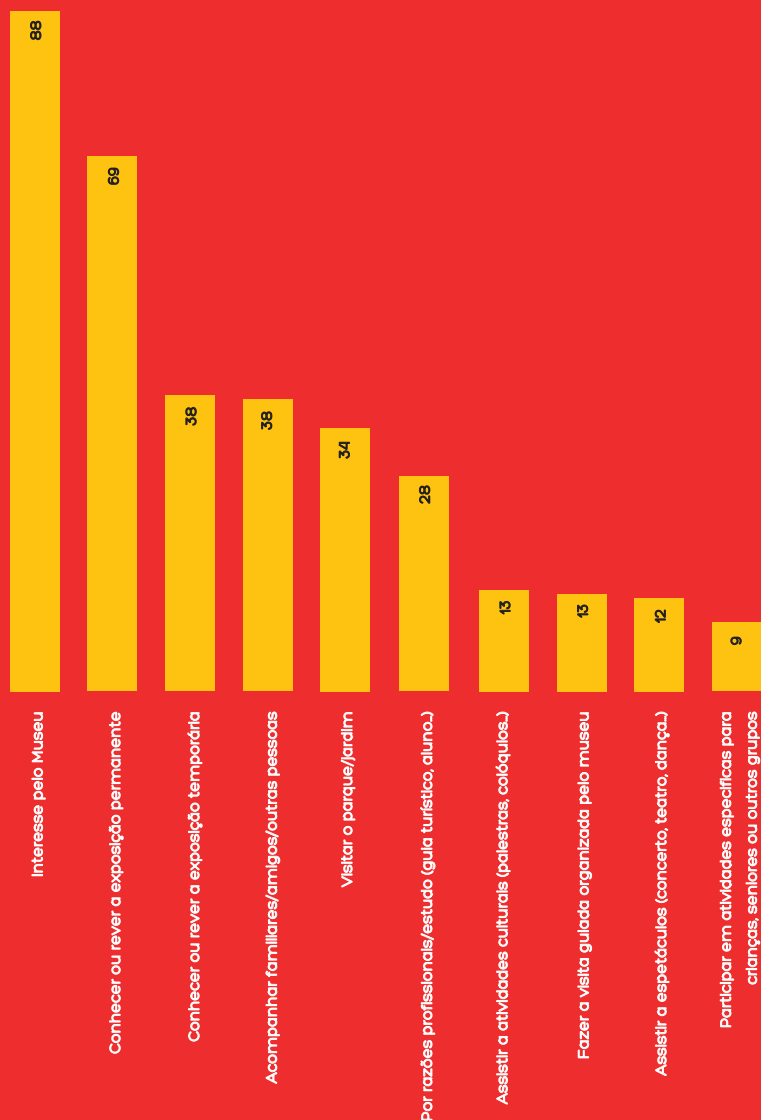
A duração da visita ao MNSR situa-se, para a maioria dos públicos (54%), entre os 60 e os 120 minutos, ou seja, predominam as visitas relativamente demoradas.

Quanto às motivações para a visita, das dez consideradas no inquérito destacam-se o interesse pelo Museu (88%) e conhecer ou rever a exposição permanente (69%). As menos referidas são assistir a espetáculos (12%) e participar em atividades específicas para crianças, seniores ou outros grupos (9%).

MOTIVAÇÕES DA VISITA

AO MNSR

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.

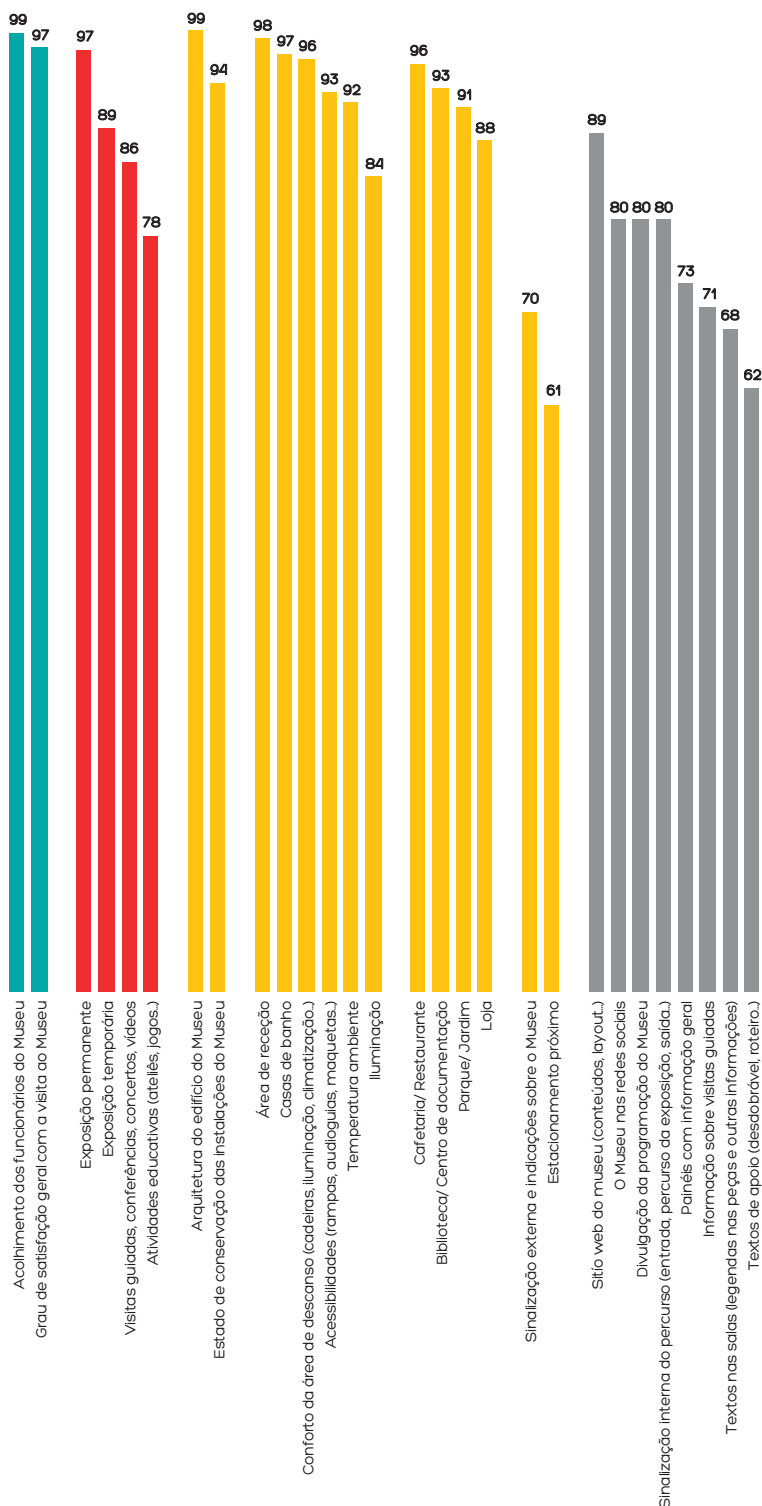
AVALIAÇÕES DO MNSR

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

AVALIAÇÕES DO MNSR: SUPORTES INFORMATIVOS,

INSTALAÇÕES, SERVIÇOS E ATIVIDADES

Porcentagem



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

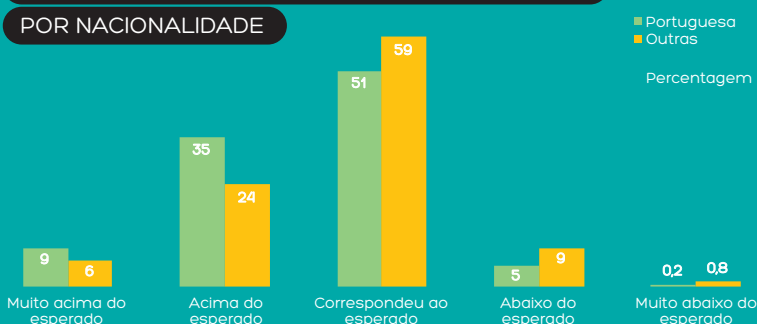
NOTA: A ESCALA VARIA ENTRE MUITO SATISFEITO, SATISFEITO, INSATISFEITO E MUITO INSATISFEITO. AS PORCENTAGENS RESULTAM DA SOMA DE MUITO SATISFEITO E SATISFEITO.

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 (29%) ou muito acima (7%) do esperado. A segmentação por nacionalidade mostra que é entre os públicos nacionais que se registam os posicionamentos mais favoráveis (muito acima e acima do esperado), e entre os estrangeiros tanto os posicionamentos neutros (correspondeu ao esperado) como os menos favoráveis (abaixo do esperado).

EXPETATIVAS INICIAIS QUANTO À VISITA AO MNSR

POR NACIONALIDADE

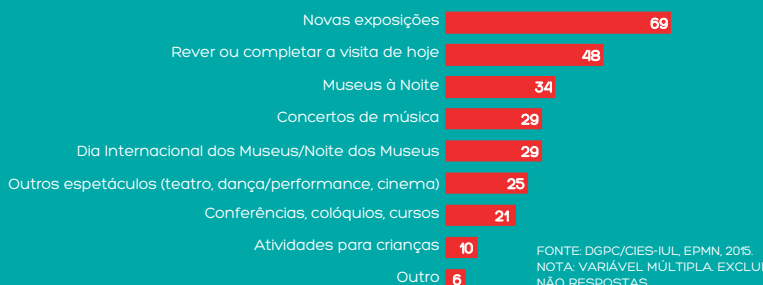


FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUI NÃO RESPOSTAS.

A intenção de regresso ao MNSR para nova visita nos 12 meses subsequentes, manifestada por 39% dos públicos, é muito influenciada pela proximidade geográfica (pela positiva) e pela nacionalidade (pela negativa): 62% dos nacionais contra 18% dos estrangeiros manifestou essa intenção. O principal motivo de regresso ao Museu é a existência de novas exposições (69%), ao qual se segue rever ou completar a visita efetuada (48%).

MOTIVOS PARA REGRESSAR AO MNSR

Percentagem



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

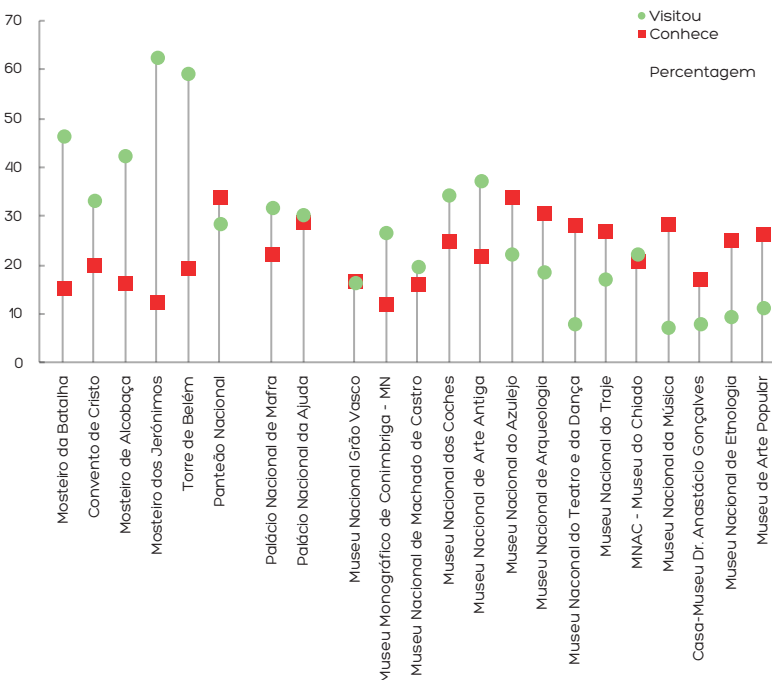
A disposição de recomendar a visita ao MNSR é também positiva: numa escala de 0 (mínimo) a 10 (máximo), apenas 10% responderam abaixo de 6 (tendencialmente não recomenda a visita). Um pouco mais de dois quintos situam-se entre 9 e 10, ou seja, recomendam a visita de modo muito expressivo constituindo-se assim como *promotores da visita* junto de amigos ou colegas. O valor médio das respostas dos públicos do MNSR é 8,1, 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 MNSR, 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 visitaram.

Entre os dois palácios nacionais, apesar de as percentagens de visita serem próximas, 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 MNSR



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

O Museu Nacional do Azulejo destaca-se do ponto de vista do conhecimento. Com exceção dos museus nacionais de Arte Antiga, dos Coches, Machado de Castro e Monográfico de Conimbriga 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 diversidade cultural e a informativa.

MOTIVAÇÕES DOS PÚBLICOS DO MNSR

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 MNSR (61%) assinala o acesso gratuito como principal motivo para visitar mais museus. Destaque-se ainda a divulgação da programação dos museus (53%), sendo que a programação mais variada e o horário mais alargado são motivos relevantes para um terço dos visitantes. Estes parecem ser os motivos mais notórios, mas 6% referiu diversos outros.

Entre as práticas relacionadas com museus, evidencia-se com clareza a visita frequente a exposições (84%). No outro extremo, apenas 17% declara participar frequentemente em redes sociais sobre museus na Internet. Ainda nesta vertente da participação digital, 49% assinalou visitar frequente ou muito frequentemente sites de museus na Internet e 28% fazer visitas virtuais de exposições na Internet.

PRÁTICAS DOS PÚBLICOS DO MNSR

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 MNSR: 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 MNSR com os seus públicos.

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

Dezembro 2018

Equipa de investigação na análise dos resultados

ISCTE-IUL, CIES-IUL: José Soares Neves (coordenação científica), Maria João Lima, Jorge Santos e Teresa Moura 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. MNSR/DGPC: Maria João Vasconcelos (dir.), Ana Cristina Macedo, Maria Jorge, Andreia Cerqueira e restante equipa do MNSR.

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 Investigação em Estudos da Universidade de Lisboa

ISCTE IUL

Instituto Universitário de Lisboa

MECENAS:

FUNDAÇÃO
MILLENNIUM
BCP

oni

