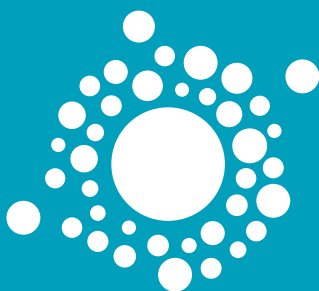




Principais Resultados  
**Públicos**  
do Museu  
Nacional  
Grão Vasco



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 mecénático da Fundação Millennium bcp e da ONI.

No Estudo participaram 14 museus tutelados pela DGPC incluindo o Museu Nacional Grão Vasco (MNGV) 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.

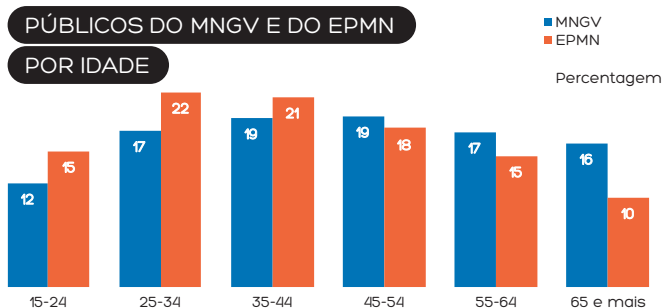
A amostra do MNGV em análise é constituída por 1.278 questionários válidos dos quais 68% de portugueses e 32% de estrangeiros.

# PERFIS SOCIAIS

Por referência ao conjunto dos museus participantes no EPMN, o perfil social predominante dos públicos do MNGV é relativamente mais velho (média de 45 anos face aos 42 anos do EPMN), menos escolarizado (67% com pós-secundário contra 73%), com um nível de feminização ligeiramente inferior (51% são mulheres, quando no EPMN representam 56%) e com uma menor predominância nas profissões de especialistas das atividades intelectuais e científicas (57% contra 61%). Tal como no EPMN, no MNGV os públicos estrangeiros são relativamente mais escolarizados e qualificados em termos profissionais do que os nacionais.

## PÚBLICOS DO MNGV E DO EPMN

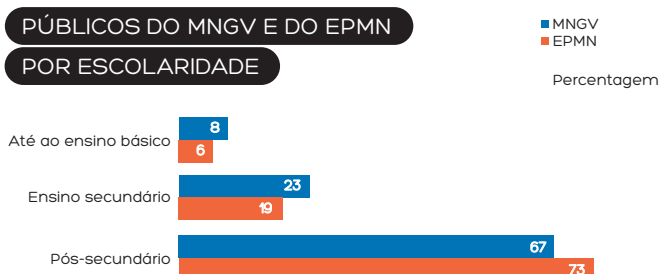
### POR IDADE



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

## PÚBLICOS DO MNGV E DO EPMN

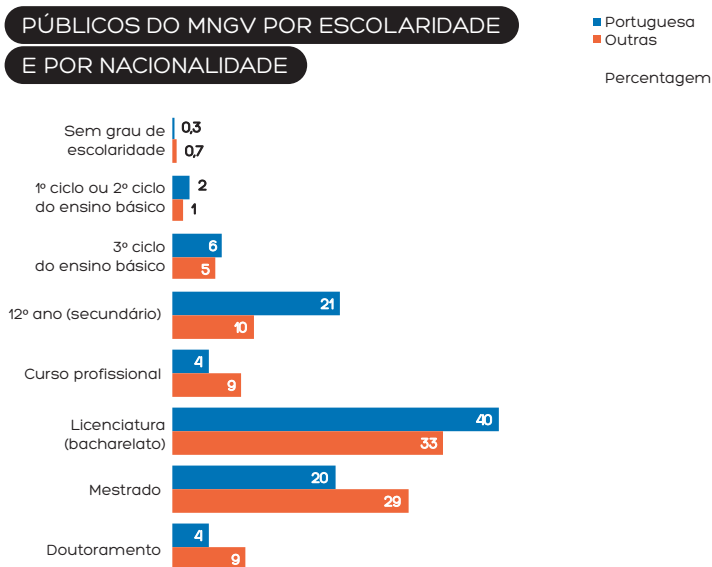
### POR ESCOLARIDADE



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

## PÚBLICOS DO MNGV POR ESCOLARIDADE

### E POR NACIONALIDADE



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

# ORIGEM GEOGRÁFICA

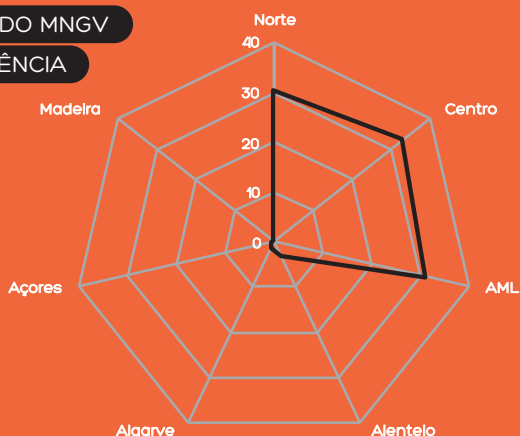
Os públicos do MNGV têm uma maioria de portugueses na sua composição, representando 68% e, destes, 4% residem no estrangeiro, um dos valores mais elevados no conjunto dos museus participantes no estudo. No MNGV, dos 32% de estrangeiros, 3% residem em Portugal.

Os públicos nacionais residem preferencialmente na região Centro (33%), região onde se localiza o Museu, mais precisamente na cidade de Viseu. Para além desta, merecem ainda referência as regiões da Área Metropolitana de Lisboa (31%) e do Norte (30%).

## PÚBLICOS NACIONAIS DO MNGV

### POR REGIÃO DE RESIDÊNCIA

Percentagem



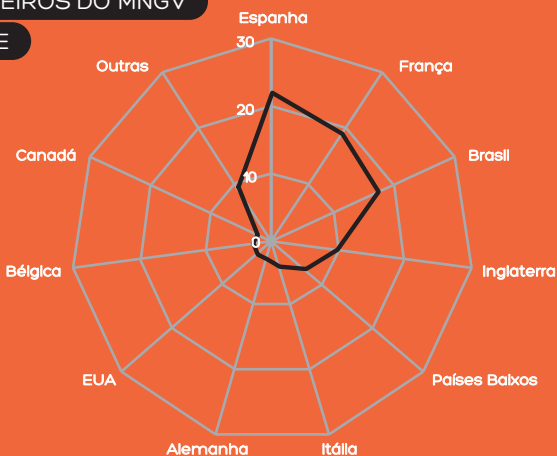
FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.  
NOTA: EXCLUÍ NÃO RESPÓSTAS.

Os públicos estrangeiros têm diversas proveniências (são 32 as nacionalidades representadas), entre as quais se destaca a Espanha com 22% dos inquiridos estrangeiros. Outros países com percentagens significativas são a França (19%) e o Brasil (18%). Somados, os públicos provenientes destes três países representam mais de metade dos estrangeiros.

## PÚBLICOS ESTRANGEIROS DO MNGV

### POR NACIONALIDADE

Percentagem



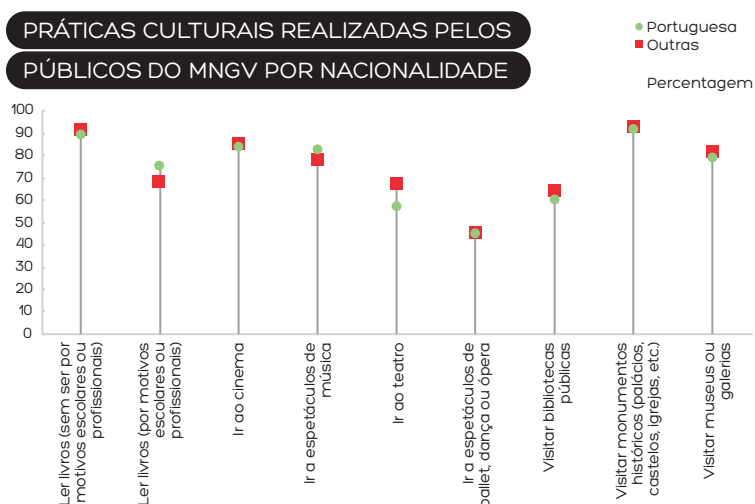
FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.  
NOTA: EXCLUÍ NÃO RESPÓSTAS.

Os públicos são provenientes de todos os continentes, embora com a previsível predominância europeia, que significa 75% 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 MNGV verifica-se uma propensão mais acentuada dos públicos estrangeiros para práticas de saída, com destaque para as idas ao teatro (67%, mais nove pontos percentuais) e para as visitas a bibliotecas públicas (64%, mais quatro pontos que os nacionais). Entre os portugueses verifica-se uma maior preponderância na leitura de livros por motivos escolares ou profissionais (76%, mais oito pontos do que os estrangeiros) e na ida a espetáculos de música (83%, mais cinco pontos percentuais).



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

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

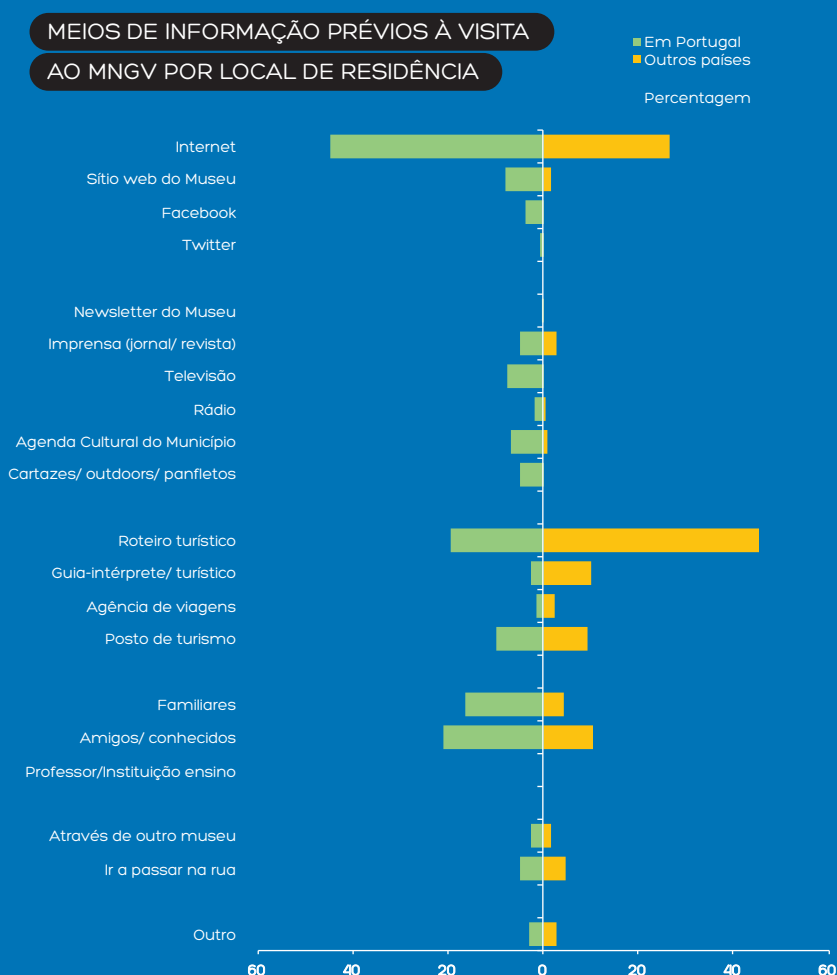
## AS RELAÇÕES COM O MNGV E COM MUSEUS OU GALERIAS

Quanto às visitas ao MNGV, predominam os públicos estreatantes com 83% (valor ligeiramente acima da média do EPMN que é 81%). Por outro lado, 10% são públicos regulares. 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 36% são públicos assíduos destas instituições culturais. De facto, só 13% dos públicos do MNGV visitavam pela primeira vez (no período de referência, os últimos 12 meses) um museu no momento da resposta ao inquérito (valor bem superior à média do EPMN, com 8%).

Entre os que já tinham visitado anteriormente o MNGV, prevalecem os que realizaram a visita há mais de dois anos (49%), valor consideravelmente acima do EPMN (37%), seguidos pelos públicos que tinham visitado o Museu quando eram crianças (19%).

# MEIOS DE INFORMAÇÃO PRÉVIOS À VISITA

Uma parte substancial dos inquiridos (46%) informou-se previamente à visita ao MNGV, uma prática com maior prevalência entre os residentes no estrangeiro (62%) do que entre os residentes em Portugal (38%). 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 convivialidade 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 (71%), ao passo que dois em cada dez inquiridos utilizaram até três fontes. Entre estes, as combinações mais comuns destacam as que incluem a Internet: Internet/Guia ou roteiro turístico; Internet/Amigos; e Internet/Posto de turismo.

# 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, 80% dos públicos portugueses do MNGV 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 56% dos inquiridos.

O regime de gratuitidade suscita diferentes posicionamentos por parte dos públicos do MNGV, e não apenas de adesão como seria de esperar. Com efeito, um pouco mais de metade (53%) não procura agendar a visita em função da gratuitidade (contra 42% no EPMN), ao passo que uma parte menos significativa (35%) procura deliberadamente este regime para realizar as suas visitas. As visitas em família (13%) são contextos específicos que sugerem algum planeamento das visitas para o dia de entrada gratuita.

# MODALIDADE DE ACOMPANHAMENTO

A visita ao MNGV é predominantemente realizada em companhia (87%), a visita sozinho(a) verifica-se ainda assim para 13% dos públicos. São várias as modalidades de acompanhamento identificadas, ainda que com clara vantagem para o contexto familiar, e em particular em casal (38%). Esta é a modalidade onde o peso dos estrangeiros é consideravelmente maior que o dos nacionais (51% contra 31%). A visita com amigo(s) representa 14%. A visita organizada parece ser uma modalidade com reduzido significado (8%), 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 17% 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

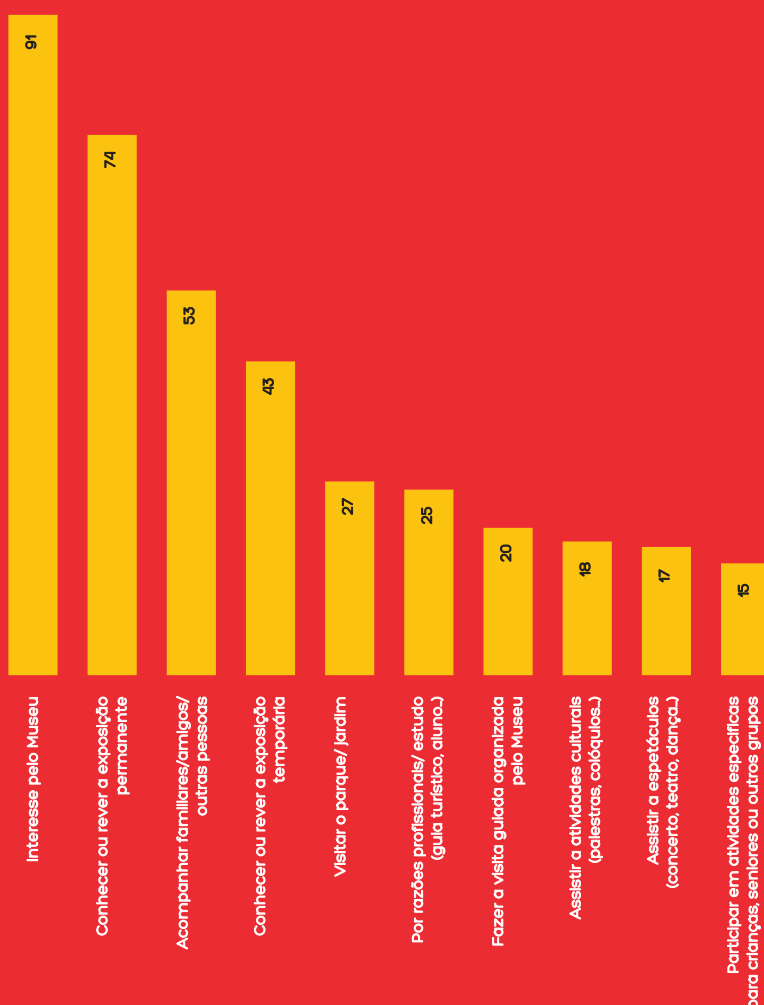
A duração da visita ao MNGV situa-se, para mais de metade dos públicos (56%), entre os 30 e os 60 minutos, ou seja, predominam as visitas relativamente rápidas.

Quanto às motivações para a visita, das dez consideradas no inquérito, destacam-se o interesse pelo Museu (91%), conhecer ou rever a exposição permanente (74%) e ainda, apesar de menos relevante que as anteriores, acompanhar familiares/amigos/outras pessoas (53%). As menos referidas são assistir a atividades culturais (18%), a espetáculos (17%) e participar em atividades específicas para crianças, seniores ou outros grupos (15%).

## MOTIVAÇÕES DA VISITA

### AO MNGV

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.



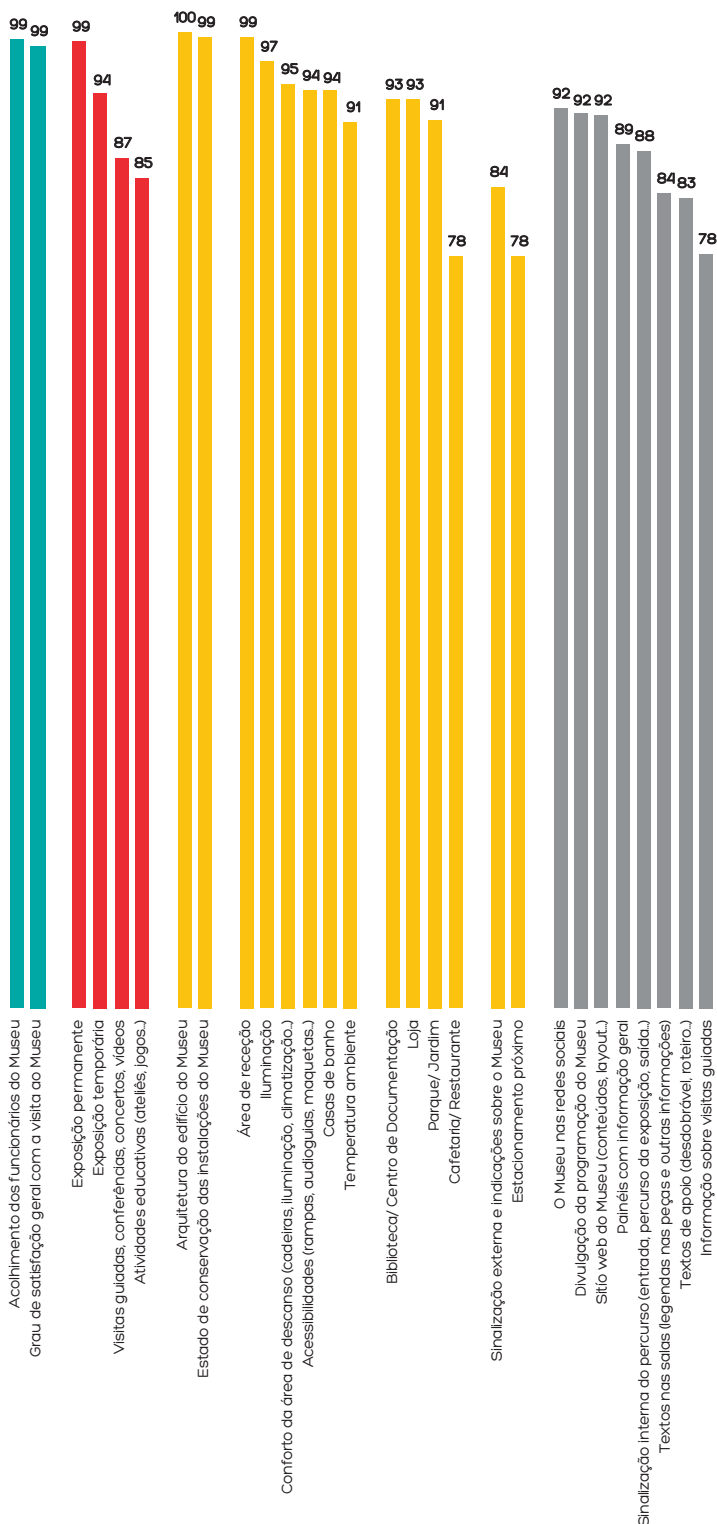
# AVALIAÇÕES DO MNGV

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

## AVALIAÇÕES DO MNGV: SUPORTES INFORMATIVOS,

## INSTALAÇÕES, SERVIÇOS E ATIVIDADES

Porcentagem



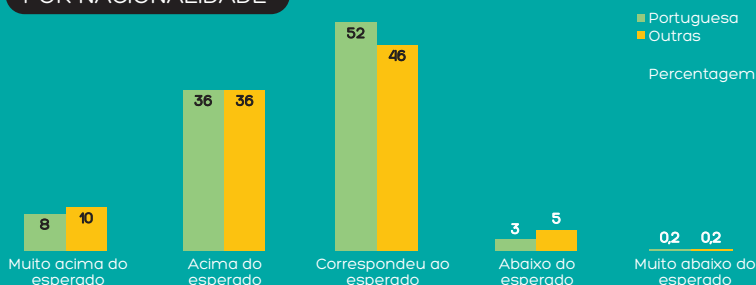
FONTE: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

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, metade dos públicos considera que corresponderam ao esperado e, entre os restantes, uma parte substancial julga que se situou acima (37%) ou mesmo muito acima (9%) do esperado. A segmentação por nacionalidade mostra que, em comparação, nos públicos nacionais se registam posicionamentos mais neutros (correspondeu ao esperado), ao passo que os públicos estrangeiros se destacam tanto nos posicionamentos muito favoráveis (muito acima do esperado) como no abaixo do esperado.

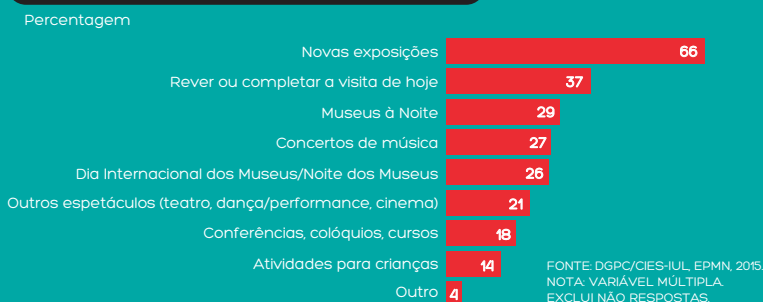
## EXPETATIVAS INICIAIS QUANTO À VISITA AO MNGV POR NACIONALIDADE



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

A intenção de regresso ao MNGV para nova visita nos 12 meses subsequentes, manifestada por 32% dos públicos, é influenciada pela residência e maior proximidade geográfica (pela positiva) como pela nacionalidade (pela negativa): 37% dos nacionais e 20% dos estrangeiros manifestou essa intenção. O principal motivo de regresso ao Museu é a existência de novas exposições (66%), ao qual se segue rever ou completar a visita efetuada (37%).

## MOTIVOS PARA REGRESSAR AO MNGV



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

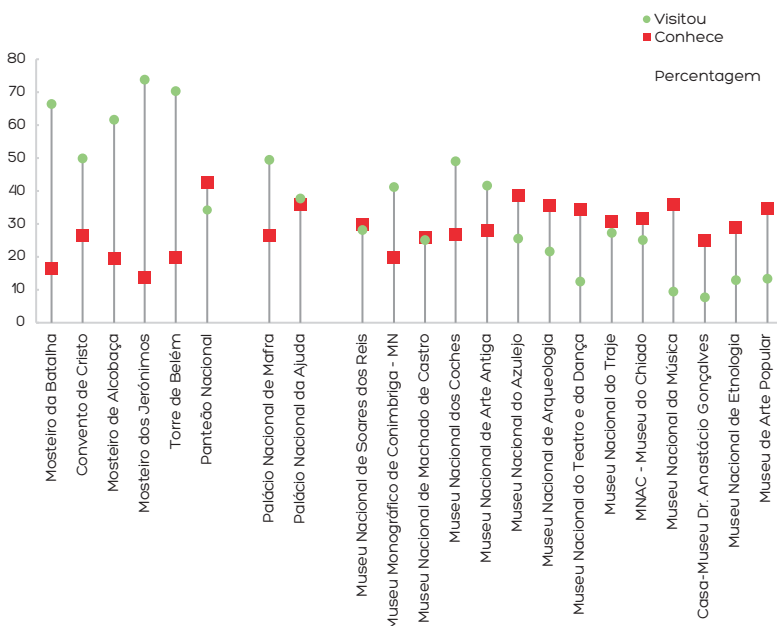
A disposição de recomendar a visita ao MNGV é também positiva: numa escala de 0 (mínimo) a 10 (máximo), apenas 9% responderam abaixo de 6 (tendencialmente não recomenda a visita). Metade (52%) situa-se entre 9 e 10, ou seja, recomendam a visita de modo muito expressivo constituindo-se assim como *promotores da visita* junto de amigos ou colegas. O valor médio das respostas dos públicos do MNGV é 8,4 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 MNGV, 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, os valores referentes à visita são mais elevados para o Palácio Nacional de Maфра.

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



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

Os museus nacionais do Azulejo, de Arqueologia, da Música, do Teatro e da Dança e o Museu de Arte Popular destacam-se do ponto de vista do conhecimento. Com exceção do Museu Nacional dos Coches, de Arte Antiga e do Monográfico de Conimbriga - MN, 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, a motivação mais apontada é a do gosto pela arte. Num patamar relativamente elevado situam-se ainda outras motivações: a aprendizagem, a diversidade cultural, a informativa e a vertente hedonista.

## MOTIVAÇÕES DOS PÚBLICOS DO MNGV

### PARA VISITAR MUSEUS



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

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

Praticamente dois terços dos públicos do MNGV (64%) 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 (34%) como motivos relevantes para os públicos. Estes parecem ser os motivos mais notórios, mas 3% referiu diversos outros.

Entre as práticas relacionadas com museus, evidencia-se com clareza a visita frequente a exposições (81%). No outro extremo, apenas 18% declara participar 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 30% fazer visitas virtuais de exposições na Internet.

## PRÁTICAS DOS PÚBLICOS DO MNGV

### 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 MNGV: com uma componente maioritária de portugueses, 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 MNGV com os seus públicos.

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

Setembro 2019

**Equipa de investigação na análise dos resultados**

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

**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. MNGV/DGPC: Agostinho Ribeiro (dir.), Paula Cardoso e restante equipa do MNGV.

**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](http://www.patrimoniocultural.pt)



PARCEIRO:

**CIES IUL**

Centro de Investimentos em Estudos Avançados

**ISCTE IUL**

Instituto Universitário de Lisboa

MECENAS:

FUNDAÇÃO  
**MILLENNIUM  
BCP**

**oni**

