



REPÚBLICA
PORTUGUESA

CULTURA

PATRIMÓNIO
CULTURAL

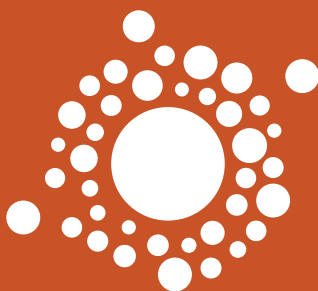
Direção-Geral do Património Cultural

MNTD

Museu Nacional do Teatro e da Dança



Principais Resultados
Públicos
do Museu
Nacional do
Teatro e
da Dança



ESTUDO
PÚBLICOS
DE
MUSEUS NACIONAIS

PARCEIRO:



Centro de Estudos
Investigação e Inovação
Instituto Universitário de Lisboa



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 mecénico da Fundação Millennium bcp e da ONI.

No Estudo participaram 14 museus tutelados pela DGPC incluindo o Museu Nacional do Teatro e da Dança (MNTD) 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.

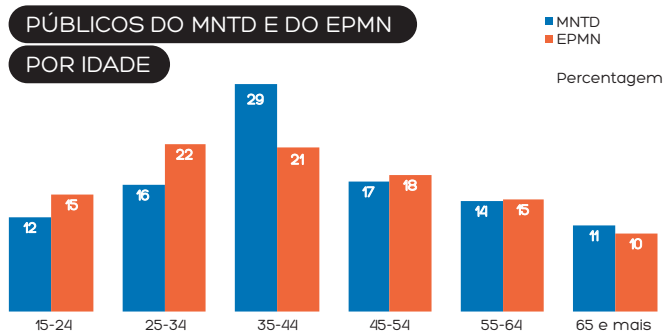
A amostra do MNTD em análise é constituída por 895 questionários válidos dos quais 70% de portugueses e 30% de estrangeiros.

PERFIS SOCIAIS

Por referência ao conjunto dos museus participantes no EPMN, o perfil social predominante dos públicos do MNTD é superior no que diz respeito à idade (um ponto percentual acima da média do EPMN, 42 anos), sendo elevado o nível de feminização (64% são mulheres, quando no EPMN representam 56%), mas com uma qualificação escolar inferior (66% com pós-secundário contra 73%) e menor predominância nas profissões de especialistas das atividades intelectuais e científicas (54% contra 61%). Tal como no EPMN, no MNTD os públicos estrangeiros são relativamente mais escolarizados e qualificados em termos profissionais do que os nacionais.

PÚBLICOS DO MNTD E DO EPMN

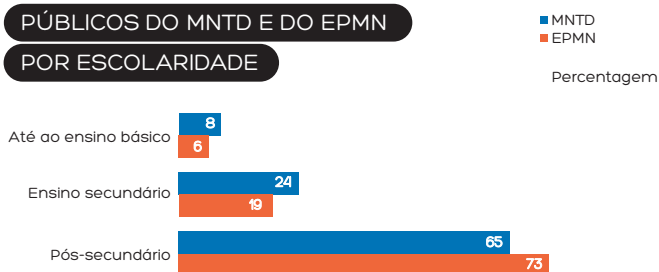
POR IDADE



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

PÚBLICOS DO MNTD E DO EPMN

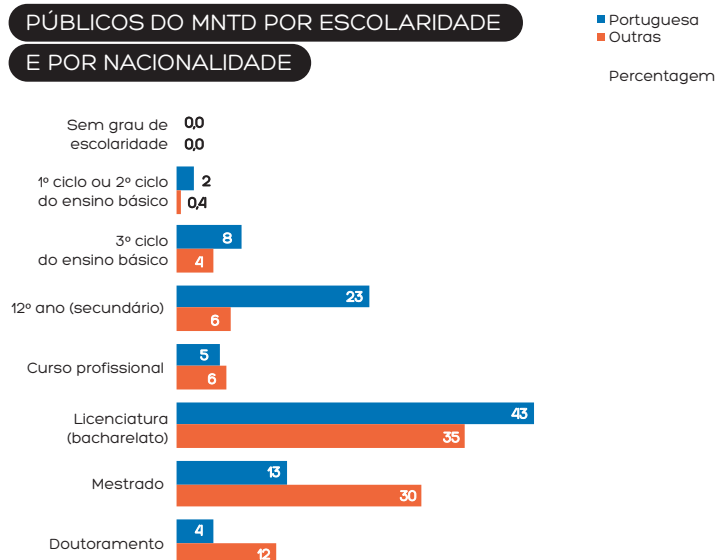
POR ESCOLARIDADE



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

PÚBLICOS DO MNTD POR ESCOLARIDADE

E POR NACIONALIDADE



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

ORIGEM GEOGRÁFICA

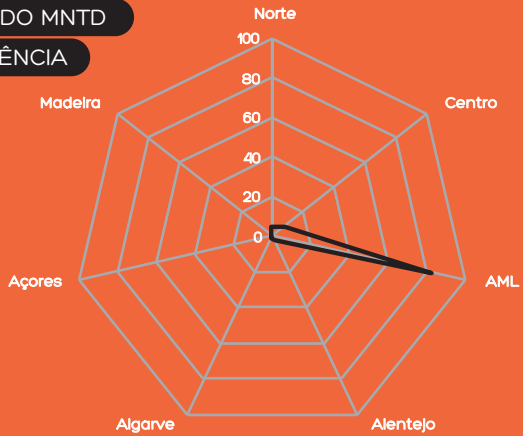
Os públicos do MNTD têm uma maioria de nacionais na sua composição. Os públicos de nacionalidade portuguesa representam 68% (e destes, 2% residem no estrangeiro), valor ligeiramente abaixo do conjunto dos museus participantes no estudo. No MNTD, dos 24% de estrangeiros, 5% residem em Portugal.

Os públicos nacionais residem maioritariamente na Área Metropolitana de Lisboa (83%), região onde se localiza o MNTD, mais precisamente na cidade de Lisboa. Para além do grande destaque da AML, merecem ainda referência as regiões Centro (8%) e Norte (5%).

PÚBLICOS NACIONAIS DO MNTD

POR REGIÃO DE RESIDÊNCIA

Percentagem



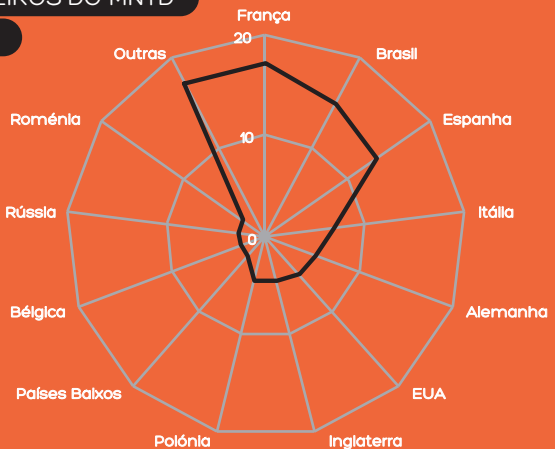
FONTE: DGPC/CIES-IJUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUÍ NÃO RESPÓSTAS.

Os públicos estrangeiros têm diversas proveniências (são 39 as nacionalidades representadas), entre as quais se destaca a França (17%), logo seguida pelo Brasil (15%) e pela Espanha (13%). Outros países com percentagens significativas, embora a alguma distância, são a Itália (7%), a Alemanha, os EUA, a Inglaterra e a Polónia (todos com 5%). Somados, os públicos provenientes destes cinco países representam cerca de metade dos estrangeiros.

PÚBLICOS ESTRANGEIROS DO MNTD

POR NACIONALIDADE

Percentagem



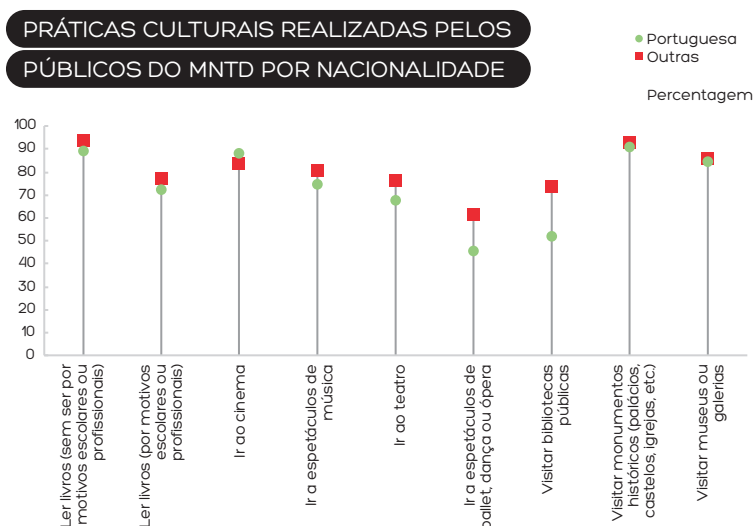
FONTE: DGPC/CIES-IJUL, EPMN, 2015.
NOTA: EXCLUÍ NÃO RESPÓSTAS.

Os públicos são provenientes de todos os continentes, embora com a previsível predominância europeia, que significa 77% 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.

Ainda assim, entre os públicos do MNTD verifica-se uma propensão mais acentuada dos públicos estrangeiros para a visita a bibliotecas públicas (22 pontos acima) e para frequentar espetáculos de ballet, dança ou ópera (16 pontos). Por outro lado, os públicos nacionais registam um valor mais elevado na ida ao cinema (mais 4 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 MNTD E COM MUSEUS OU GALERIAS

Quanto às visitas ao MNTD, predominam os públicos estreadantes com 85%. Por outro lado, 10% são públicos regulares, valor inferior, mas próximo, da média 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 grande parte (41%), públicos assíduos destas instituições culturais. De facto, apenas 8% dos públicos do MNTD 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 MNTD, prevalecem os que realizaram a visita há mais de dois anos (40%), seguidos pelos públicos que tinham visitado o Museu há um ou dois anos (17%).

MEIOS DE INFORMAÇÃO PRÉVIOS À VISITA

Em cada dez inquiridos, seis informaram-se previamente à visita ao MNTD, uma prática com maior prevalência entre os residentes no estrangeiro (68%) do que entre os residentes em Portugal (44%). Entre os meios de informação a que recorreram, a Internet e a recomendação dos amigos e conhecidos são os mais referidos. Os meios digitais e as relações de convivalidade predominam entre os nacionais - embora a Internet constitua também o principal recurso para os estrangeiros. O roteiro turístico, meio de informação direcionado especificamente para os turistas, é uma das preferências dos estrangeiros.

MEIOS DE INFORMAÇÃO PRÉVIOS À VISITA

AO MNTD POR LOCAL DE RESIDÊNCIA



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

NOTAS: VARIÁVEL MÚLTIPLA. EXCLUI NÃO RESPONDIDAS.

Dois terços dos públicos recorreram a uma única fonte de informação (65%), ao passo que 24% dos inquiridos utilizaram entre duas a três fontes. Entre estes, as combinações mais comuns destacam as que incluem a Internet (Internet/Sítio web do Museu; Internet/Amigos; e Internet/Agenda Municipal do Município).

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, 70% dos públicos portugueses do MNTD 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 cerca de três quartos dos inquiridos.

O regime de gratuitidade suscita diferentes posicionamentos por parte dos públicos do MNTD, e não apenas de adesão como seria de esperar. Com efeito, 37% procura deliberadamente este regime para realizar as suas visitas, tal como acontece no EPMN, ao passo que uma parte significativa (27%) não procura agendar a visita em função da gratuitidade. As visitas em família (11%) são contextos específicos que sugerem algum planeamento das visitas para o dia de entrada gratuita.

MODALIDADE DE ACOMPANHAMENTO

A visita ao MNTD é predominantemente realizada em companhia (84%), a visita sozinho(a) verifica-se ainda assim para 16% dos públicos. São várias as modalidades de acompanhamento identificadas, ainda que com clara vantagem para o contexto familiar, em particular com os filhos (22%). Nesta modalidade o peso dos estrangeiros é consideravelmente menor que o dos nacionais (10% contra 28%). A visita com amigo(s) representa 19%. A visita organizada parece ser uma modalidade com reduzido significado (4%), 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 33% 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

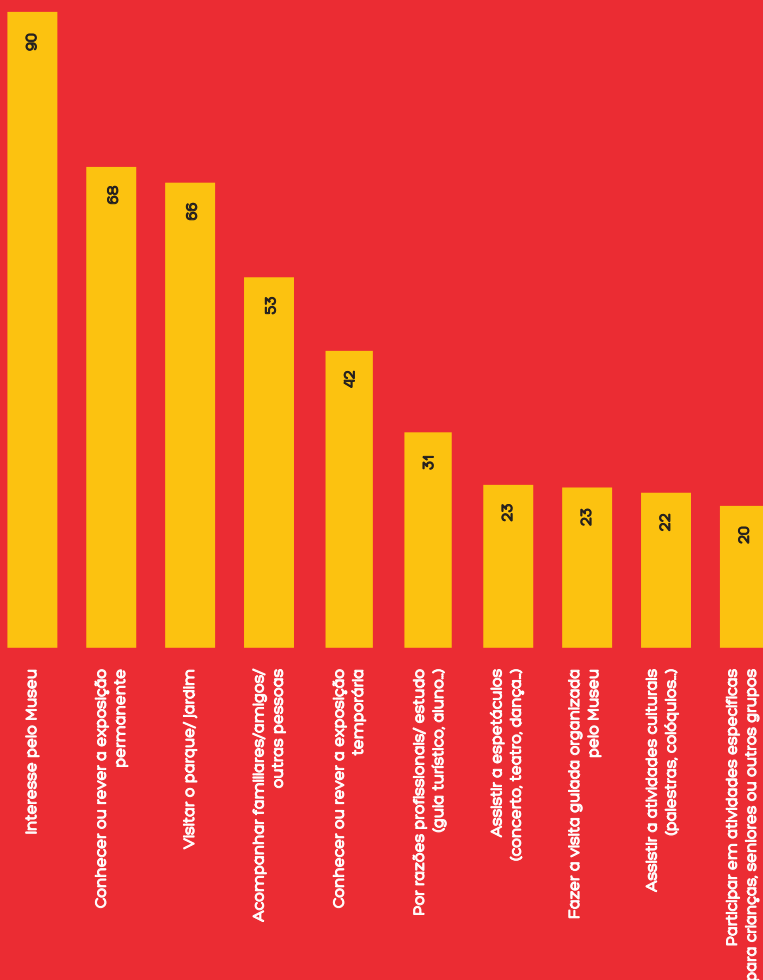
A duração da visita ao MNTD situa-se, para uma parte significativa dos públicos (45%), entre os 30 e os 60 minutos, ou seja, predominam as visitas rápidas, facto reforçado pelo peso considerável das visitas com menos de 30 minutos (24%).

Quanto às motivações para a visita, das dez consideradas no inquérito, destacam-se o interesse pelo Museu (90%), conhecer ou rever a exposição permanente (68%) e ainda visitar o parque ou o jardim (66%). As menos referidas são fazer a visita guiada organizada pelo Museu e assistir a atividades culturais (ambas com 22%) e participar em atividades específicas para crianças, seniores ou outros grupos (20%).

MOTIVAÇÕES DA VISITA

AO MNTD

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 MNTD

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

AVALIAÇÕES DO MNTD: SUPORTES INFORMATIVOS,

INSTALAÇÕES, SERVIÇOS E ATIVIDADES

Porcentagem



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

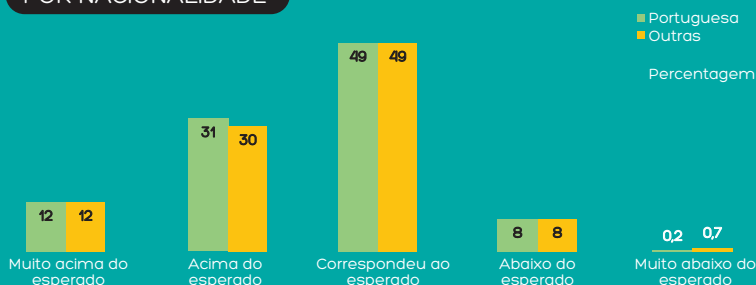
NOTA: A ESCALA VARIA ENTRE MUITO SATISFEITO, SATISFEITO, INSATISFEITO E MUITO INSATISFEITO. AS PORCENTAGENS RESULTAM DA SOMA DE MUITO SATISFEITO E SATISFEITO.

EXPETATIVAS, INTENÇÃO DE REGRESSO E RECOMENDAÇÃO DE VISITA

Relativamente às expetativas iniciais quanto aos conteúdos expositivos, cerca de metade dos públicos considera que corresponderam ao esperado e, entre os restantes, uma parte substancial julga que se situou acima (31%) ou mesmo muito acima (12%) do esperado. A segmentação por nacionalidade mostra que, em comparação com os públicos nacionais se registam valores muito semelhantes em todos os posicionamentos dos estrangeiros, em particular se destaca o posicionamento que correspondeu ao esperado, com 49% em ambos os públicos.

EXPETATIVAS INICIAIS QUANTO À VISITA AO MNTD

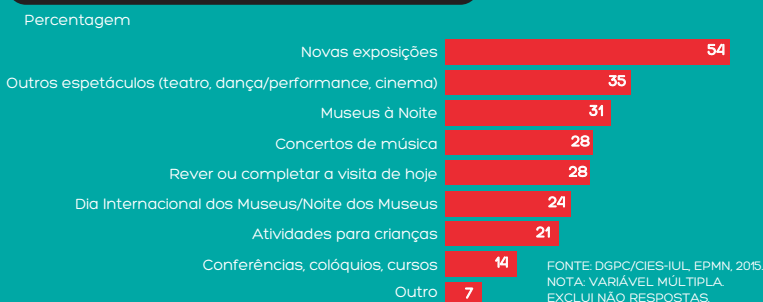
POR NACIONALIDADE



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

A intenção de regresso ao MNTD para nova visita nos 12 meses subsequentes, manifestada por 49% dos públicos, é muito influenciada pela proximidade geográfica e pela nacionalidade: 55% dos nacionais contra 34% dos estrangeiros manifestou a intenção de regressar. O principal motivo de regresso ao Museu é a existência de novas exposições (54%), ao qual se seguem os espetáculos de teatro, dança/performance ou cinema (35%).

MOTIVOS PARA REGRESSAR AO MNTD



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

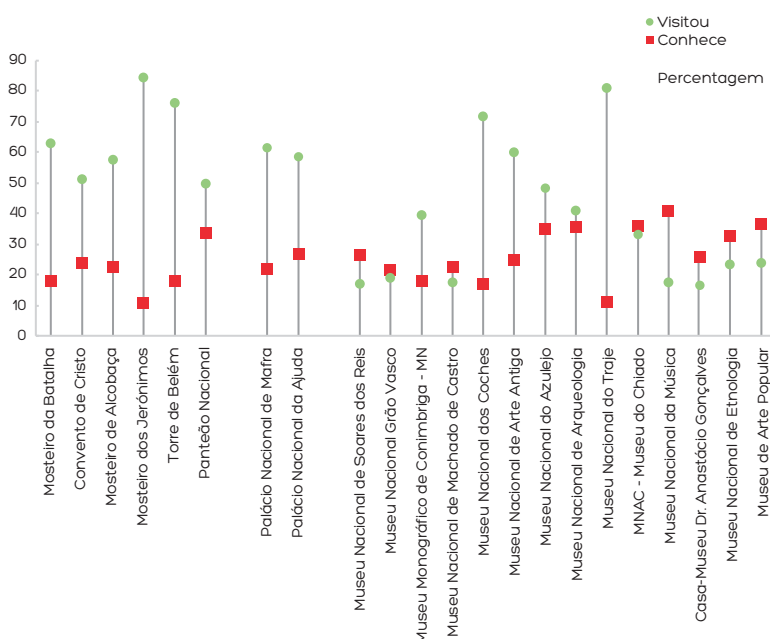
A disposição de recomendar a visita ao MNTD é também positiva: numa escala de 0 (mínimo) a 10 (máximo), apenas 15% responderam abaixo de 6 (tendencialmente não recomenda a visita). Cerca de metade dos inquiridos situam-se entre 9 e 10, ou seja, recomendam a visita de modo muito expressivo constituindo-se assim como *promotores da visita* junto de amigos ou colegas. O valor médio das respostas dos públicos do MNTD é 8,0 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 MNTD, o Mosteiro dos Jerónimos e a Torre de Belém.

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 MNTD



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

O Museu Nacional da Música, o Museu de Arte Popular e o MNAC-Museu do Chiado destacam-se do ponto de vista do conhecimento. Com exceção do Museu Nacional dos Coches, do Museu Nacional de Arte Antiga, do Museu Monográfico de Conimbriga - MN, do Museu Nacional do Azulejo, do Museu Nacional de Arqueologia e do Museu Nacional do Traje, 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 motivações mais apontadas são o gosto pela arte e a aprendizagem. Num patamar relativamente elevado situam-se ainda outras motivações: a vertente informativa, a hedonista, a diversidade cultural e a expositiva.

MOTIVAÇÕES DOS PÚBLICOS DO MNTD

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 MNTD (52%) assinala o acesso gratuito como principal motivo para visitar mais museus. Destaque-se ainda a divulgação da programação dos museus (42%), sendo que uma programação mais variada (26%) e um horário mais alargado (23%) são motivos relevantes para uma parte significativa dos públicos. Estes parecem ser os motivos mais notórios, ainda que 20% tenham referido a melhoria nos acessos como motivo de visita a museus.

Entre as práticas relacionadas com museus, evidencia-se com clareza a visita frequente a exposições (87%). No outro extremo, apenas 22% 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 34% fazer visitas virtuais de exposições na Internet.

PRÁTICAS DOS PÚBLICOS DO MNTD

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 MNTD: com uma componente maioritária de públicos nacionais, 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 MNTD com os seus públicos.

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

Dezembro 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 Bernarda Bernardo.

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. MNTD/DGPC: José Alvarez (dir.), Maria Manuela Gomes dos Santos e restante equipa do MNTD.

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

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

MECENAS:

FUNDAÇÃO
MILLENNIUM
BCP

oni

