

**ISCTE**  **IUL**  
**Instituto Universitário de Lisboa**

Departamento de História

Público(s) do *Museu Nacional de História Natural e da Ciência*

Filipa Noronha Falcão Teotónio Pereira

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de

Mestre em Empreendedorismo e Estudos da Cultura  
Ramo: Gestão Cultural

Orientador:

Doutor José Soares Neves – Professor Auxiliar Convidado  
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Coorientador:

Mestre Jorge Alves dos Santos – Assistente de Investigação  
CIES – Instituto Universitário de Lisboa

Outubro 2017



## AGRADECIMENTOS

Este espaço da dissertação está reservado para agradecer a todos aqueles que contribuíram para a realização desta dissertação.

Gostaria de agradecer ao meu orientador Prof. Doutor José Soares Neves e ao meu coorientador Prof. Jorge Alves dos Santos pela forma como me ajudaram e guiaram ao longo destes meses, sempre com muito rigor, compreensão e dedicação.

Agradeço também ao Museu Nacional de História Natural, nomeadamente à Dra. Raquel Barata, por terem tornado possível esta dissertação e pela forma disponível como aceitaram o tema e como me foram acompanhando ao longo do processo.

Gostaria também de agradecer, aos visitantes do museu com que me cruzei durante o período de aplicação dos questionários pela disponibilidade, simpatia e gentileza no preenchimento dos questionários, essenciais para o desenvolvimento desta investigação.



## RESUMO

Esta dissertação insere-se no ramo de Gestão Cultural do Mestrado em Empreendedorismo e Estudos da Cultura e tem como foco principal os públicos do Museu Nacional de História Natural e da Ciência (MUHNAC). Os objetivos desta investigação são, por um lado, a caracterização destes públicos, nacionais e estrangeiros, através dos dados sociográficos e da relação prévia existente entre os visitantes do museu e, por outro lado, enquadrar empiricamente a visita nos contextos físico, temporal e social, bem como compreender as motivações, as expectativas e a avaliação feita pelos visitantes relativamente à visita ao museu em estudo. Como método de recolha de informação foi utilizado o inquérito por questionário autoadministrado que estava disponível em dois idiomas (português e inglês), como forma de alcançar o maior número de visitantes possível para que os resultados fossem representativos da realidade.

Os principais resultados revelam que se trata de um público maioritariamente feminino, jovem, com um grau de escolaridade elevado. Verifica-se que uma grande parte dos visitantes, visita o MUHNAC pela primeira vez, sendo por isso considerados, *Estreantes*. A maior parte dos públicos afirma estar satisfeito com a visita que realizou ao museu e mostra uma intenção de repetir a visita.

PALAVRAS-CHAVE: Públicos dos Museus, Públicos de Ciência, Museu Nacional de História Natural e da Ciência, Estudos de Públicos



## ABSTRACT

This dissertation is part of the Cultural Management branch of the Master's Degree in Entrepreneurship and Culture Studies and has as main focus the public of the National Museum of Natural History and Science (MUHNAC).

The purpose of this research is, on the one hand, the characterization of these national and foreign audiences through sociographic data and the previous relationship existing among museum visitors and, on the other hand, to empirically frame the visit in the physical, temporal and social contexts, as well as to understand the motivations, the expectations and the evaluation made by the visitors regarding the visit to this museum.

As a method of collecting information, a self-administered questionnaire survey was used, which was available in two languages (in Portuguese and in English) in order to reach as many visitors as possible so that the results were representative of reality.

The main results show that the visitors is mostly female, young and with a high schooling level. It is verified that a great part of the visitors, visits the MUHNAC for the first time. The majority of the visitors claims to be satisfied with the visit to the museum and shows an intention to repeat it.

**KEYWORDS:** Museum visitors, Visitors of Science Museums, National Museum of Natural History and Science, Museum Visitor Studies





## ÍNDICE

<b>AGRADECIMENTOS</b> .....	<b>iii</b>
<b>RESUMO</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE</b> .....	<b>ix</b>
<b>ÍNDICE DE QUADROS</b> .....	<b>xi</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	<b>xv</b>
<b>GLOSSÁRIO DE SIGLAS/ACRÓNIMOS</b> .....	<b>xvii</b>
<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>1</b>
<b>I. ENQUADRAMENTO TEÓRICO-METODOLÓGICO</b> .....	<b>3</b>
<b>I.1 Objetivos</b> .....	<b>3</b>
<b>I.2 Problemática e conceitos: revisão bibliográfica</b> .....	<b>3</b>
I.2.1 Sobre o conceito de Museu.....	3
I.2.2 Sobre Museus de Ciência.....	8
I.2.3 Sobre os conceitos de Públicos dos Museus e Estudos de Públicos.....	11
<b>I.3. – Objeto de estudo e modelo de análise</b> .....	<b>17</b>
<b>I.4. - Estratégia Metodológica</b> .....	<b>19</b>
<b>II. CONTEXTUALIZAÇÃO EMPÍRICA: O MUHNAC</b> .....	<b>22</b>
<b>II.1. As origens do MUHNAC</b> .....	<b>22</b>
<b>II.2 A estrutura e a programação do MUHNAC</b> .....	<b>26</b>
<b>III. INQUÉRITO AOS PÚBLICOS</b> .....	<b>33</b>
<b>III.1 Balanço da aplicação</b> .....	<b>33</b>
<b>III.2 Caracterização Sociográfica</b> .....	<b>34</b>
<b>III.3 Relação com o MUHNAC</b> .....	<b>43</b>
<b>III.4 Contexto da Visita</b> .....	<b>46</b>
III.4.1 Contexto Físico .....	46
III.4.2 Contexto Temporal e Social.....	48
III.4.3 – Motivações e Expetativas.....	49
III.5 Características da Visita .....	52
<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>64</b>

<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>66</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>71</b>
<b>Anexo A – Planta do MUHNAC (edifício principal).....</b>	<b>72</b>
<b>Anexo B – Planta do Jardim Botânico.....</b>	<b>73</b>
<b>Anexo C – Atividades desenvolvidas pelo MUHNAC .....</b>	<b>74</b>
<b>Anexo D – Modelo de Análise.....</b>	<b>75</b>
<b>Anexo E – Questionário aos públicos do MUHNAC (versão em português).....</b>	<b>77</b>
<b>Anexo F – Questionário aos públicos do MUHNAC (versão em inglês) .....</b>	<b>83</b>

## ÍNDICE DE QUADROS

<b>Quadro 1 - Exposições permanentes e temporárias patentes no MUHNAC .....</b>	<b>28</b>
<b>Quadro 2 - Preçário das entradas no MUHNAC .....</b>	<b>30</b>
<b>Quadro 3 - Dias de aplicação dos questionários segundo o dia da semana e o período do dia .....</b>	<b>33</b>
<b>Quadro 4 - Indicadores da aplicação dos questionários .....</b>	<b>34</b>
<b>Quadro 5 - Países de origem dos visitantes inquiridos de nacionalidade estrangeira</b>	<b>37</b>
<b>Quadro 6 - Grupo Profissional (ativos) / Estatuto Ocupacional (não ativos) .....</b>	<b>43</b>
<b>Quadro 7 - Vertentes e meios de informação sobre o MUHNAC .....</b>	<b>47</b>
<b>Quadro 8 - Grau de satisfação da visita ao MUHNAC .....</b>	<b>56</b>
<b>Quadro 9 - Relação de Recomendação de Visita ao museu segundo a Apreciação Global da Visita .....</b>	<b>63</b>



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1 – Sexo dos visitantes.....</b>	<b>35</b>
<b>Gráfico 2 – Escalão etário dos visitantes .....</b>	<b>36</b>
<b>Gráfico 3 – País de origem dos visitantes .....</b>	<b>37</b>
<b>Gráfico 4 – Local de residência habitual dos visitantes .....</b>	<b>38</b>
<b>Gráfico 5 – Local de residência habitual dos visitantes segundo a região .....</b>	<b>38</b>
<b>Gráfico 6 – Situação conjugal dos visitantes .....</b>	<b>39</b>
<b>Gráfico 7 – Grau de Escolaridade dos visitantes .....</b>	<b>40</b>
<b>Gráfico 8 – Grau de Escolaridade dos visitantes segundo o Sexo .....</b>	<b>41</b>
<b>Gráfico 9 – Grau de Escolaridade segundo o Escalão Etários dos visitantes .....</b>	<b>42</b>
<b>Gráfico 10 – Frequência de visita dos visitantes .....</b>	<b>44</b>
<b>Gráfico 11 – Frequência de visita segundo a Nacionalidade dos visitantes .....</b>	<b>44</b>
<b>Gráfico 12 – Última visita realizada pelos visitantes ao MUHNAC .....</b>	<b>45</b>
<b>Gráfico 13 – Relação entre Frequência de Visita e Escalão Etário .....</b>	<b>46</b>
<b>Gráfico 14 – Vertentes de divulgação sobre o MUHNAC .....</b>	<b>48</b>
<b>Gráfico 15 – Modalidade de acompanhamento .....</b>	<b>49</b>
<b>Gráfico 16 – Motivos de visita ao museu .....</b>	<b>50</b>
<b>Gráfico 17 – Expetativas iniciais .....</b>	<b>51</b>
<b>Gráfico 18 – Motivos de visita mais frequente .....</b>	<b>52</b>
<b>Gráfico 19 – Exposições visitadas .....</b>	<b>53</b>
<b>Gráfico 20 – Duração da visita .....</b>	<b>54</b>
<b>Gráfico 21 – Avaliação da Comunicação.....</b>	<b>60</b>
<b>Gráfico 22 – Avaliação da Comunicação e divulgação segundo o Escalão Etário.....</b>	<b>61</b>
<b>Gráfico 23 – Intenção de Voltar a visitar o museu segundo a Frequência de Visita .....</b>	<b>62</b>



## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1 – Modelo de experiência interativa museológica .....</b>	<b>15</b>
<b>Figura 2 – Modelo de análise (simplificado) .....</b>	<b>18</b>





## GLOSSÁRIO DE SIGLAS/ACRÓNIMOS

ICOM – International Council of Museums

INE – Instituto Nacional de Estatística

OAC – Observatório das Atividades Cultural

UNESCO – United Nations Educational Scientific and Cultural Organizations

MUHNAC – Museu Nacional de História Natural e da Ciência

UL – Universidade de Lisboa



## INTRODUÇÃO

A presente dissertação, inserida no Mestrado em Empreendedorismo e Estudos da Cultura – ramo de Gestão Cultural, pretende dar resposta às questões de partida levantadas no início da investigação e tem como principal objetivo a identificação e caracterização dos públicos do Museu Nacional de História Natural e da Ciência (MUHNAC): identificar o perfil social dos visitantes, as suas motivações ao visitarem o Museu, as suas avaliações em relação a vários aspetos da visita, em particular, e do MUHNAC, no geral, e as características da visita ao museu.

Durante o ano de 2016, o MUHNAC foi visitado por cerca 145 mil visitantes, dos quais 36 mil visitas apenas ao Museu, em regime de visita livre, 80 mil visitaram o Jardim Botânico (até outubro de 2016, momento em que este espaço encerrou para obras de requalificação) e 29 mil indivíduos visitaram o MUHNAC integradas numa atividade do Serviço Educativo.

Esta investigação tem por base uma abordagem quantitativa sobre os públicos que visitam o MUHNAC em visita livre sem estarem integrados em atividades ou iniciativas organizadas pelo museu.

De acordo com os dados disponibilizados pelo INE nas *Estatísticas da Cultural 2015*, dos 13,7 milhões indivíduos que visitaram museus em Portugal durante o ano de 2015, 107 mil corresponde a visitantes dos Museus de Ciências Naturais e de História Natural, distribuídos por um universo reduzido de sete museus num total de 388, em território nacional. O número de visitantes aos museus em Portugal tem vindo a aumentar todos os anos e por isso torna-se cada vez mais pertinente e significativo identificar, caracterizar e compreender este grupo heterogéneo de indivíduos que visitam os museus como forma de adaptar a sua programação e estratégia das atividades associadas ao perfil dos públicos.

Este trabalho está estruturado em três capítulos. No primeiro capítulo é feito o enquadramento teórico-metodológico da pesquisa, onde são especificados os objetivos, os conceitos-chave da investigação e efetua-se a revisão bibliográfica sobre os conceitos transversais a todo o estudo. No final deste capítulo é feita um enquadramento metodológico no qual se apresenta o objeto de estudo, o modelo de análise que estrutura toda a investigação empírica.

No segundo capítulo é feita uma apresentação do MUHNAC nas suas várias vertentes como forma de conhecer e contextualizar a instituição em estudo, é feita também a apresentação da estrutura e programação do MUHNAC nas suas várias vertentes, missão e fins, acervo, as exposições, a programação das atividades, a comunicação, o modo de funcionamento, entre outras.

O terceiro capítulo diz respeito ao inquérito realizado aos públicos do museu. Neste capítulo faz-se o balanço do período de aplicação bem como a apresentação dos resultados obtidos quanto à caracterização sociográfica, à relação prévia existente entre o inquirido e o museu, ao contexto da visita e às características da visita.

No final da dissertação, encontram-se sintetizados as principais conclusões e resultados deste estudo, bem como algumas considerações a serem tidas em conta eventuais posteriores pesquisas.

# I. ENQUADRAMENTO TEÓRICO-METODOLÓGICO

## I.1 Objetivos

O principal objetivo desta dissertação é a caracterização dos públicos do *Museu Nacional de História Natural e da Ciência* (MUHNAC) quanto ao sexo, idade, nacionalidade, local de residência, situação conjugal, grau de escolaridade, grupo profissional e estatuto ocupacional. Pretende-se igualmente enquadrar empiricamente a visita nos contextos físico, temporal e social e pessoal.

## I.2 Problemática e conceitos: revisão bibliográfica

### I.2.1 Sobre o conceito de Museu

A palavra *museu* deriva do termo grego *museion* que significa, como metáfora, a “casa das musas”. Como realidade histórica, a palavra reporta à configuração do palácio de Ptolomeu Filadelfo de Alexandria, no século III a.C., que reunia no seu espaço interior uma biblioteca, um observatório astronómico, um jardim botânico, um anfiteatro, uma coleção de zoologia e diversas salas de trabalho. Associava-se, então, a palavra *museion* a um local de criação e fruição do saber e lazer.

Pode ainda associar-se a este conceito, ainda reportando à Antiguidade Clássica, outros dois termos, igualmente gregos, cujo significado se articula: o de *pinacoteca* e o de *thesaurus*. O primeiro, referindo-se à ação de reunir e expor obras ou objetos de cariz civil<sup>1</sup>, o segundo, utilizado para identificar coleções de objetos de cariz religioso<sup>2</sup>, ambas passíveis de serem pontualmente visitadas pelos habitantes da *polis* grega.

E, integrando também estes dois significados, o *museu*, espaço que alberga uma coleção de objetos ou obras de arte, impôs-se igualmente como local que apela à fruição e produção de conhecimento acerca de um específico acervo. Seguindo esta mesma tendência, nos finais do século XVII, surge na cidade de Basileia, em 1671, o primeiro museu universitário, com base na coleção do Gabinete Amerbach, e em Inglaterra, em 1683, aquele

---

<sup>1</sup> Este termo foi recuperado no século XIX, mantendo-se até à atualidade, para designar grandes coleções de pintura. Relacionando-se com este, um outro termo surge já no seio da cultura ocidental de herança renascentista: o *gabinete de curiosidades* que reúne obras de arte, moedas e troféus, raridades de mineralogia, botânica e zoologia, livros e manuscritos, ao gosto do colecionador privado que o organiza e o exhibe, ou não, para seu deleite e/ou para consolidação do estatuto pessoal.

<sup>2</sup> Com alteração do seu significado atual, este termo ainda foi bastante utilizado durante a Idade Média significando *tesouro* (coleção dos objetos mais valiosos).

que é considerado o primeiro museu moderno com um intuito pedagógico, o denominado *Ashmolean Museum of Art and Archeology*, instalado na Universidade de Oxford, e criado com base na coleção particular de Elias Ashmolean. O seu acervo era eclético, assemelhando-se aos antigos gabinetes de curiosidades, procedente de várias partes do mundo e adquirido pelo citado colecionador à família de Tradescant que tinha a coleção reunida na sua casa de Londres.<sup>3</sup>

Contudo, o conceito de museu, como ainda hoje o utilizamos, forma-se no período do Iluminismo como uma espécie de academia destinada tanto à formação de especialistas que aí podiam estudar, comparar e copiar obras de arte como à instrução do cidadão, esclarecido, herdeiro dos ideais da Revolução Francesa. Mesmo que inicialmente estas coleções, de temáticas diversas, não estivessem abertas ao público – destinavam-se à fruição dos seus proprietários e da sua corte de amigos -, foi ainda durante o século XVIII que se assistiu, na Europa, à fundação de museus como o *British Museum*, inaugurado em 1759, ou o *Musée du Louvre*, em 1793, criados na sua origem como museus nacionais. Este mesmo conceito vai sendo, progressivamente replicado noutras cidades europeias durante o século XIX – como Amsterdão com o *Rijksmuseum*, em 1808, Berlim com o *Altes Museum* em 1810, Madrid com o Museo del Prado, em 1819, ou Viena com o *Naturhistorisches Museum and Kunsthistorisches Museum*, em 1891 – em projetos influenciados pela filosofia do romantismo de exaltação da identidade do povo e formação da identidade nacional dos territórios, com intuito pedagógica e destinados aos seus cidadãos. Como refere Letícia Julião em:

Concebidos dentro do “espírito nacional”, esses museus nasciam imbuídos de uma ambição pedagógica formar o cidadão, através do conhecimento do passado – participando de maneira decisiva do processo de construção das nacionalidades. Conferiam um sentido de antiguidade à nação, legitimando simbolicamente os Estados nacionais emergentes. (Julião, 2000: 21)

No século XX, a década de 1960 corresponde a um momento marcante no processo de redefinição do conceito de museu, seus objetivos e programa, uma vez que a instituição museal, acompanhando a ideologia de democratização da cultura, em França, procura abrir-se a públicos mais diferenciados<sup>4</sup>. Como consequência deste percurso, nos anos 1960, surgem várias iniciativas e medidas com uma significativa ação de implementação e

---

<sup>3</sup> “Elias Ashmolean acquired his collection from two gardeners: John Tradescant, father and son. (...) The Tradescants voyage overseas, travelling the known world by and shipping back new and exotic plant specimens for the Earl’s garden. In the course of their travels they also acquired a remarkable collection of curiosities that included botanical, geological and zoological items as well as man-made objects.” [www.ashmolean.org/history-ashmolean](http://www.ashmolean.org/history-ashmolean), consultado em 10/05/2017.

<sup>4</sup> Cf. *Recomendação Relativa aos Meios Mais Efetivos de Tornar os Museus Acessíveis a Todos*, adotada pela Conferência Geral da UNESCO em 14 de dezembro de 1960 em Paris. [www.icom-portugal.org](http://www.icom-portugal.org), consultado em 24/05/2017.

divulgação dos novos pressupostos, a *United Nations Educational Scientific and Cultural Organization* (UNESCO)<sup>5</sup> - com a elaboração, em 1972, da “Convenção sobre a Proteção do Património Mundial Cultural e Natural” e criação do *Comité do Património Mundial*, criado em 1976 – e o *International Council of Museums (ICOM)*, organismo criado em 1946 mas com um significativo alargamento e reforço da sua atividade na década de 1970, nomeadamente a partir da sua convenção de 1977 realizado em Moscovo<sup>6</sup>. De facto, a definição de *museu* defendida pelo *ICOM* tem vindo a evoluir, desde a criação da organização em 1946 até aos dias de hoje. O museu é considerado como um espaço ao serviço da comunidade tendo como primeiro propósito a conservação da sua coleção para que este possa ser utilizado para fins académicos, de educação ou deleite da sociedade, mas a importância da comunicação nem sempre esteve presente na definição e principais funções e preocupações de Museu (Julião, 2000: 27). Só na década de 1970 é que a definição de museu contempla, como uma das suas funções, a de comunicar o seu acervo. Esta alteração é sinal relevante da tomada de consciência da importância da comunicação no museu. A legitimação da comunicação como função integrante da orgânica da instituição reforça, inevitavelmente, a abertura do museu à comunidade.

Pretendia-se, então, “redefinir o papel do museu tendo como objetivo maior o público usuário, imprimindo-lhe uma função crítica e transformadora da sociedade” (Julião, 2000: 27) e acentuar a função social do museu, inserindo-o na comunidade e destacando a sua importância na transformação cultural e cívica da sociedade. Um dos primeiros exemplos europeus de crucial importância para o desenvolvimento e implantação deste mesmo conceito foi a criação do *Centre Georges Pompidou*, com projeto iniciado em 1971 e inaugurado em 1977, uma instituição que reunia o museu de arte contemporânea, uma biblioteca pública e um centro de pesquisa acústica, e outros pequenos equipamentos culturais. Ideia reforçada por Letícia Julião em:

Nos EUA a ideia de “museu dinâmico” ensejou tais transformações já nas décadas de quarenta e cinquenta, antecedendo, portanto, o movimento na Europa, cujo marco foi a criação em Paris, no início da década de setenta, do Centro Nacional de Arte e Cultura Pompidou, misto de museu e centro cultural. (Julião, 2000: 27)

Neste contexto, as diversas transformações programáticas, e conceptuais, verificadas em relação ao papel do museu na comunidade permitem a definição dos seus propósitos como “em lugar de estar ao serviço dos objetos, o museu deveria estar ao serviço dos homens. Em vez de museu “de alguma coisa”, o museu “para alguma coisa”: para a educação, a identificação, a confrontação, a consciencialização, enfim, museu para uma comunidade.”

---

<sup>5</sup> Organização criada em 16 de novembro de 1945.

<sup>6</sup> Cf. [www.icom.museum](http://www.icom.museum), consultado em 24/06/2017.

(Julião, 2000: 27). Autores como Georges Henri Rivière (1897-1985) com a prática de uma museografia em contexto, valorizando a comunicação e interpretação dos objetos, ou Hugues de Varines (1935) com o ecomuseu e proposta de alargar o seu campo de intervenção a um território mais vasto, para além do espaço fechado do edifício<sup>7</sup>, aplicam esta nova redefinição da função do museu ao desenvolvimento de uma nova tipologia museal.

O alargamento das especificidades e funções dos museus provocou igualmente maiores exigências a nível económico para estas instituições uma vez que a sua atividade se tornou cada vez mais diversificada e competitiva na sua relação com os públicos que pretende cativar, adotando novas estratégias de marketing na sua relação com o mercado potencialmente frequentador das suas atividades. Deste modo, a necessidade de angariação de novas formas de financiamento conduz o museu a integrar na sua estratégia programática conceitos técnicos de gestão entre os quais o “marketing é importante porque permite ao museu confirmar a sua missão e dar uma resposta eficiente aos seus públicos, na medida em que através das suas técnicas são identificados: o perfil do visitante, o mercado em que o museu opera, o potencial desenvolvimento dos principais segmentos do mercado e as estratégias com vista a aumentar a base dos consumidores, bem como de atração de novas audiências” (Gonçalves, 2007: 12). Contudo, reconhecendo-se a importância da diversificação dos eventos para a dinamização do museu, concebidos para atingir o grande público ou núcleos mais especializados, é necessário não afastar da sua missão e do seu programa os objetivos da conservação, estudo e divulgação do seu acervo uma vez que um museu deverá distinguir-se do centro cultural.

Com base neste pressuposto, na última revisão dos seus estatutos, em 2007, o *ICOM* redefine *museu* como:

(...) uma instituição permanente sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, estuda, comunica e expõe o património material e imaterial da humanidade e do seu meio envolvente com fins de educação, estudo e deleite.<sup>8</sup>

O Museu surge, assim, como tendo três funções principais: a de *Conservar/Preservar* o seu acervo; a de *Estudar/Investigar* as suas peças; a de *Informar/Comunicar* os seus públicos, de o ir mantendo atualizado e dar a conhecer a Instituição-Museu, funcionando como uma plataforma, um palco que apresenta em si todo o trabalho realizado pelas várias áreas de trabalho do museu.

---

<sup>7</sup> Conceito museológico integrado na corrente designada por *Nova Museologia*.

<sup>8</sup> “Definição de museu e de profissionais de museus”, *Estatutos do ICOM, artigo 2: Definições* [revisão: Barcelona, 2001].



De acordo com atrás exposto também a legislação portuguesa define na sua *Lei Quadro dos Museus Portugueses*, de 19 de agosto de 2004, Museu como:

(...) uma instituição de carácter permanente, com ou sem personalidade jurídica, sem fins lucrativos, dotada de uma estrutura organizacional que lhe permite: a) Garantir um destino unitário a um conjunto de bens culturais e valorizá-los através da investigação, incorporação, inventário, documentação, conservação, interpretação, exposição e divulgação com objetivos científicos, educativos e lúdicos; b) Facultar o acesso regular ao público e fomentar a democratização da cultura, a promoção da pessoa e o desenvolvimento da sociedade.<sup>9</sup>

Segundo o *Inquérito aos Museus – Documento Metodológico* de 2009 do INE, o universo museal pode ser agrupado em doze tipos de museus diferenciados pela sua natureza e acervo. São eles: museus de Arte (dedicado às belas-artes, às artes aplicadas e às artes performativas), de Arqueologia (coleções com origem em escavações), de História (consagrado a um determinado período, tema ou personalidade histórica), de Ciências Naturais e História Natural (dedicadas a temáticas relacionadas com disciplinas da área científica), de Ciência e Técnica (dedicado às ciências exatas ou técnicas, excluindo-se os planetários), de Etnografia e de Antropologia (com acervo relacionado com a cultura, estruturas sociais e os costumes das comunidades), Museus Especializados (consagrado à investigação de um assunto em particular), Território (com coleções representativas de um território específico), Mistos e Pluridisciplinares (com coleções heterogéneas) e Outros (museus que não estão abrangidos em nenhuma das categorias anteriores), Monumentos Musealizados (com coleções associadas a um determinado monumento) e Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários (apresentação de espécies vivas). (Neves, Santos e Lima, 2013: 211). Contudo, note-se que, mais recentemente as estatísticas oficiais optaram por considerar apenas a noção estrita de museu excluindo, portanto, os tipos Monumentos Musealizados e Jardins Zoológicos, Botânicos e Aquários (ver, designadamente, INE, 2016).

---

<sup>9</sup> Lei n.º 47/2004, de 19 de agosto, artigo 3.º.

## I.2.2 Sobre Museus de Ciência

De entre a diversidade do universo museológico, Georges Henri Rivière (1993: 47-443) diferencia quatro categorias de museus<sup>10</sup> nas quais se reúnem subnúcleos temáticos que correspondem, inevitavelmente, à complexidade da atividade humana. Este trabalho de diferenciação e sistematização do universo museal adquire, nos estudos de Rivière, uma importância que ultrapassa a função meramente operativa e metodológica. Ela encerra em si, como adiante veremos, a fundamentação teórica necessária à identificação dos pressupostos identitários e funcionais de cada uma das instituições no propósito último de evidenciar pistas de intervenção na comunidade.

As quatro categorias referidas são identificadas com as áreas disciplinares da ação/intervenção e acervo de cada instituição museal – coincidentes com os diversos ramos de investigação - agrupadas em museus de arte, museus de ciências humanas (ou de ciências do homem), museus de ciências naturais e museus de ciências exatas e técnicas.

Iniciamos a análise da categorização dos museus pelos denominados museus de arte<sup>11</sup>, identificados como sendo aqueles que na sua origem se constituíram a partir de coleções particulares, reunidas para desfrute dos colecionadores e dos seus restritos círculos de familiares e amigos. Este núcleo, que recua à Antiguidade Clássica e se prolonga por toda a história do Ocidente até finais do século XVIII com a generalização do processo de musealização e estatização das coleções dos soberanos e a constituição de museus públicos em diversas cidades europeias (os já citados, *British Museum*, em 1753, Museu do Louvre em 1792, o *Altes Museum* em Berlim, inaugurado em 1830 e o primeiro edifício a ser construído para utilização como museu, entre outros<sup>12</sup>), reúne o maior número de museus, ainda que a realidade atual se tenha alterado desde os anos em que Rivière elaborou esta conceptualização uma vez que o universo dos museus de etnologia e tradições populares, fruto da profusão de museus regionais, aumentou significativamente ao longo das últimas décadas.

A segunda categoria de museus, os de ciências humanas, subdivididos em áreas disciplinares que os distinguem entre si, a saber: a história (a pré-história), a etnologia, antropologia e folclore, a pedagogia, a medicina e o desporto. Estes museus estruturam-se

---

<sup>10</sup> Conceito apresentado em Rivière, 1993: 142.

<sup>11</sup> Georges Henri Rivière inclui nesta categoria as artes plásticas, gráficas e aplicadas; as artes do espetáculo; a música e a dança; a literatura; as artes da fotografia e do cinema e a arquitetura.

<sup>12</sup> Georges Henri Rivière faz referência igualmente a exemplos de criação de museus nos Estados Unidos da América, impulsionados por iniciativa de grupos de personalidades distintas da comunidade como o *Library Society Museum* (Charleston, 1773) ou os museus de Filadélfia fundados nos finais do século XVIII pela *American Philosophical Society* e pela *Library Company*. Apesar de constituídos por iniciativa privada, estes acompanham o processo cultural europeu.

durante o século XX<sup>13</sup>, enquadrados numa área de estudo de grande flexibilidade, distribuindo-se tematicamente pelas características das suas coleções e pelo discurso identitário que preconizam. Nesta categoria surge-nos a concretização do conceito muito defendido por Rivière, o da interdisciplinaridade porque, mais que na anterior tipologia, neste preciso caso, o museu de história concebe-se como espaço de conceção de um discurso expositivo de contextualização do universo em estudo através do diálogo, intercâmbio testemunhal e confluência de saberes com outras áreas científicas complementares como sejam a demografia, a geografia, a arqueologia, a iconografia ou a tecnologia. Com um espírito aberto à universalidade do conhecimento, resultado de uma curiosidade imensa pelo não-conhecido, Rivière aponta ainda possíveis pontos de contacto – hoje evidentes – entre o discurso da história e o da etnologia no processo de patrimonialização dos objetos. Na confluência entre estas duas áreas científicas, consubstancia-se o museu do homem, atento à diversidade da ação humana e revelador dos contextos que a motivam e condicionam.

A terceira categoria, a dos museus de ciências da natureza, reúne áreas disciplinares que estudam, observam e protegem a natureza e os seus mais diversos componentes. São eles, núcleos de estudo e preservação centrados nos vestígios do passado histórico (a paleontologia) ou nos espécimes identitários de regiões específicas ou da generalidade do planeta (biologia, botânica, geologia, mineralogia). Referência, ainda, para outras instituições, constituídas em espaço aberto ou fechado, que se apresentam como reservas naturais, parques naturais ou centros de conservação da natureza que, na opinião de Rivière, deveriam ser “laboratórios e instrumentos de educação e de cultura”, disponibilizando o conhecimento produzido, e cumprindo, assim, funções museológicas.

Por último, a quarta categoria, a dos museus de ciências exatas e técnicas que se concretizam institucionalmente no museu dedicado à divulgação do conhecimento das ciências exatas, a matemática, a física ou a química, evidenciando-se a sua importância nas áreas complementares de conhecimento científico. Estes museus surgem no século XVIII, mas, recuam a sua filiação, como os anteriores, aos gabinetes de curiosidades do Renascimento, e têm como vocação apresentar as diversas técnicas industriais desenvolvendo o seu conhecimento e divulgação.

Aplicando o rigor analítico da sistematização teórica com base na pesquisa etimológica e semântica de cada um dos conceitos, Rivière pretende defender não a particularização da realidade museal, reforçando as fronteiras temáticas, mas, a identificação do caminho para o intercâmbio de saberes, reveladores de uma perspectiva epistemológica que nunca será a da

---

<sup>13</sup> Contudo, os museus de etnologia, antropologia ou folclore nascem em meados do século XIX, mas limitados a contextos não europeus. Nos finais do século, alargam o seu campo de ação às culturas tradicionais europeias, com características semelhantes às dos gabinetes de curiosidades.

exclusão, mas, antes, a da integração e reestruturação dos conhecimentos resultantes dos diversos processos de investigação. A necessidade de compartimentar a realidade, surge no seu discurso como uma via para a confirmação objetiva da necessidade de abrangência interdisciplinar. Desta forma, como término da categorização temática dos diferentes museus surgem os abrangentes, nos seus ideários programáticos, museus multidisciplinares<sup>14</sup> e museus interdisciplinares<sup>15</sup>.

Seguindo esta linha de pensamento, a instituição em estudo, o *Museu de História Natural e da Ciência*, reúne, na verdade, estas duas últimas temáticas, a das ciências naturais – com exposições e atividades relacionadas com o universo e astronomia, ou a botânica, zoologia e mineralogia – e a das ciências exatas – com exposições interativas abordando saberes da matemática, física ou química. Esta característica, reforçada pelo facto de este ser igualmente um museu universitário – relacionando-se com as diversas áreas de saber aí lecionadas. A par deste processo de consolidação da missão e objetivos programáticos, desenvolveu-se, em Portugal, com propósitos semelhantes, o programa de criação, pelo país, dos Centros de Ciência Viva<sup>16</sup> que integram, no mesmo espaço, as duas tipologias atrás referidas, os museus da ciência e da técnica. Estes são, de facto, “espaços interativos concebidos como meios de divulgação científica e tecnológica para a população, (...) que pretendem funcionar como plataformas de desenvolvimento regional, a nível científico, cultural e económico” (Neves, Santos e Nunes, 2008: 6).

Os Museus de Ciência são espaços que se relacionam de forma direta com o mundo, em geral, e com a comunidade envolvente, em particular. Os objetos de investigação são, muitas vezes, peças do quotidiano que devido ao seu carácter de novidade contribuíram para a evolução e modernização da sociedade. As coleções contêm animais, plantas, instrumentos científicos, minerais, fósseis, mobiliário de laboratórios, entre outros. Estes museus tiveram origem nos gabinetes de curiosidade, espaços privados e pertencentes a colecionadores. Dos primeiros museus de Ciência a surgir foi o *Ashmolean Museum of Oxford* e o *British Museum*, ambos em Inglaterra, e *Museu Nacional de História Natural de Paris* em França.

Com o enorme desenvolvimento da investigação científica e o crescente interesse da comunidade pelas ciências naturais durante todo o século XIX, os museus dedicados à Ciência foram-se multiplicando ganhando uma enorme importância e consequente relevância

---

<sup>14</sup> Os museus multidisciplinares resultam de um processo de integração, temporária ou definitiva, de coleções relacionadas com áreas disciplinares distintas, mas que partilham o mesmo espaço expositivo (e de reserva) do museu sem uma articulação discursiva entre estes diversos núcleos.

<sup>15</sup> Os museus interdisciplinares são concebidos em torno de um tema único elaborando-se o discurso expositivo e a seleção dos objetos com base na investigação das diferentes áreas disciplinares, num trabalho de necessária complementaridade.

<sup>16</sup>Veja-se o conceito, os requisitos e o estatuto de Centro Ciência Viva no Despacho n.º 8890/2002, de 30 de abril.

por todo o mundo. Esta tradição novecentista prolongou-se pelo século XX, período em que se consolidaram as suas bases programáticas e pressupostos identitários dando origem a museus caracterizados pela exploração de uma vertente mais interativa e pela promoção da aprendizagem participativa através da experiência do visitante. A difusão desta tipologia de museus, e de diversos outros centros de interpretação científica, adquiriram, ao longo dos anos, um importante papel na propagação do conhecimento científico junto do público.

Um dos grandes desafios dos museus de ciência, é a capacidade de comunicação e difusão do conhecimento científico a um conjunto alargado de públicos tal como é referido por António Firmino da Costa, Patrícia Ávila e Sandra Mateus em *Públicos da Ciência em Portugal*:

Pode ainda debruçar-se, por outro lado, sobre a importância (e as dificuldades) da difusão e a públicos alargados de conhecimentos e competências de índole científica ou das capacidades de relação com a ciência, cada vez mais cruciais na actividade profissional, na vivência intelectual e no exercício da cidadania – na perspectiva, pois, da promoção da cultura científica. (Costa, Ávila e Mateus, 2002: 99-100)

Tendo agora como foco o número de visitantes dos museus, e recorrendo às estatísticas do número de visitantes anual disponibilizado pelo INE, verifica-se que o número de visitantes tem vindo a aumentar desde 2012. Em 2016 15.532.379<sup>17</sup> pessoas visitaram museus em Portugal, mais 1.871.711 face ao ano anterior de 2015.

Em relação aos Museus de Ciências Naturais e de História Natural, e tendo em conta os dados do INE relativos aos museus e visitantes (INE, 2016), em 2015, estes equipamentos foram visitados por 107.899 pessoas (no topo da lista estão os Museus de Arte visitados por 3 245 675 pessoas). Deste total, 39.191 são visitantes inseridos em grupos escolares e 25 584 são estrangeiros, 49.818 beneficiaram de entrada gratuita e 50.649 realizaram a visita para ver uma das exposições temporárias.

### 1.2.3 Sobre os conceitos de Públicos dos Museus e Estudos de Públicos

Antes de se iniciar a reflexão acerca dos Estudos de Públicos é necessário refletir acerca do conceito de Públicos.

Este conceito tem-se vindo a alterar a longo do tempo e tem sido alvo de inúmeras reflexões e reformulações com vista à clarificação do seu significado.

José Teixeira Coelho no seu *Dicionário Crítico de Política Cultural* afirma que o termo público tem sido utilizado de forma redutora e muito geral, com a definição de:

---

<sup>17</sup>[https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_indicadores&indOcorrCod=0004123&contexto=bd&selTab=tab2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0004123&contexto=bd&selTab=tab2), consultado em 26/10/2017.

conjunto simples, físico, de pessoas que assistem a um espetáculo, visitam um museu, frequentam uma biblioteca, compram certos discos (...). Fala-se, assim, em público de cinema, de arte, de literatura, e mais genericamente, designações como espetadores, consumidores (...). (Coelho, 2000: 321)

Refere que deve dar-se atenção e refletir da definição de *público* e na forma rigorosa como se caracteriza este conceito pois:

Essas expressões na verdade não apontam para nenhuma entidade definida. Não existe, a rigor, público de arte, mas públicos de arte (ou de cinema, de teatro, etc.). (Coelho, 2000: 321)

Esta definição do conceito é reforçada por muitos autores, como Fernando Magalhães ou António Firmino da Costa. Ao refletir sobre este conceito, Fernando Magalhães, afirma:

Assim, não se pode falar numa identidade pessoal ou cultural, mas em várias identidades, em que as sociedades atuais reconhecem múltiplas identidades fragmentadas e mutáveis dentro de si mesma. (Magalhães, 2005: 29).

As reflexões teóricas sobre o tema, apresentadas em diversos encontros e congressos, são cada vez mais abundantes nos finais da década de 1990 e anos seguintes. Um dos exemplos mais significativos foi, em 2003, o Encontro acerca dos “Públicos da Cultura”, que originou um livro homónimo (AAVV, 2004), que reuniu vários profissionais e investigadores da área em questão e onde se abordaram dois temas principais, a saber: os *Públicos da Cultura: definições, abordagens e cenários* e as *políticas culturais e formação de públicos*.

Confrontando a produção científica produzida sobre este tema, pode-se afirmar que o conceito de públicos se reporta a realidade heterogéneas, elementos e características dos diversos públicos existentes. Os públicos deixam de ser considerados como um grupo homogéneo de pessoas que visita um determinado local ou participa numa determinada atividade de forma passiva.

Esta alteração na conceção teórica do conceito de públicos, esta atribuição de um carácter de complexidade impõe-se em todos os tipos públicos uma vez que cada grupo de pessoas agrupa indivíduos que são sempre potencialmente outros nas suas ações ou interesses. Mesmo quando se trabalha ou programa atividades ou exposições para um auditório restrito “a mesma lógica continua a impor-se, tendendo estes públicos a configurar-se como um conjunto complexo, não estabilizado, perpassado por clivagens internas, numa tensão entre homogeneidade e diferenciação” (Santos, 2004: 10). Do ponto de vista da sociologia, os públicos passam a ser caracterizados pelo seu caráter efémero e circunstancial, ou seja, são públicos em relação a um determinado contexto em que se inserem e podem ser ao mesmo tempo públicos de várias realidades diferentes, e são diferenciados e

segmentados, ou seja, divididos em grupos mais pequenos segundo aspetos que os relacionam entre si.

Desta forma, ao longo dos tempos os museus sentiram a necessidade de repensar a sua missão e de se adaptarem às novas tendências e necessidades passando praticar uma visão mais educativa na sua relação com a comunidade devido à democratização da educação, fenómeno social e cultural ocorrido a partir de meados do século XX, no período do pós-guerra. Os museus passam, então, a ter um carácter não só científico, mas também de centro de difusão cultural e de lazer.

Com esta nova preocupação, o Museu passa a virar-se mais para a sociedade e para quem o visita. Como consequência desta recente centralidade da programação das instituições nos públicos surge a necessidade e interesse por parte dos profissionais dos museus em estudar e conhecer os seus visitantes com o objetivo de criar novas estratégias para captação de novos públicos, mais alargadas e diversificadas e de melhorar a experiência da visita (Santos, 2004). Tal como salientam Jorge Alves dos Santos e José Soares Neves em *Os Museus Municipais de Cascais*:

[A]o nível dos museus, conhecer os seus públicos, ao propiciar um melhor conhecimento desta prática cultural, permite dotar os seus responsáveis de “uma fonte de conhecimento e interpretação que os ajuda a conceber, orientar, verificar e eventualmente reelaborar os seus projectos e as suas acções tendo em vista a melhoria da comunicação entre os visitantes e as suas obras. (Lehalle e outros, 1993:9 *apud* Santos e Neves, 2005: 17)

Existindo este interesse em conhecer os visitantes de um museu depreende-se que é necessário saber mais informação para além dos números de bilheteira, como refere Helena Santos:

Conhecer o número de visitantes torna-se um elemento funcional incontornável para a gestão e a programação museais, assim como para a indicição da sua visibilidade. Porém, através dos seus números absolutos, e de uma parca segmentação (...), os visitantes tendem a ser indiferenciadamente assimilados. (Santos, 2008: 80)

A importância dada à realização de Estudos de Públicos nos museus como forma de melhorar o seu funcionamento, adaptando-o ao que os seus visitantes realmente valorizam e percebem, é reconhecida na Lei Quadro dos Museus Portugueses, no Artigo 57º, com o título “Estudos de Públicos e Avaliação”, onde se anuncia:

O museu deve realizar periodicamente estudos de público e de avaliação em ordem a melhorar a qualidade do seu funcionamento e atender às necessidades dos visitantes. (*Lei nº47/2004*, 19 agosto 2004)

Tendo compreendido a necessidade e a breve contextualização histórica do estudo de público, é necessário procurar uma definição genérica para o mesmo. Muito embora existam vários termos e definições<sup>18</sup> que poderão ser utilizadas para este fim, na realização deste trabalho foi adotada a definição formulada por Hopper-Greenhill que caracteriza o estudo de público do universo museal como sendo:

(...) an umbrella term for a range of different forms of research and evaluation involving museums and their actual, potential, and virtual visitors which collectively might be termed the audience for museums. These studies focus on the experiences, attitudes and opinions of people in and about museums of all sorts. (Hopper-Greenhill, 2011: 363)

O Estudo de Públicos é então um método de investigação utilizado para se obter informação acerca dos visitantes, potenciais visitantes e frequentadores de uma determinada atividade ou sítio que neste caso específico é o Museu Nacional de História Natural e da Ciência. Pretende-se, assim, compreender e conhecer as várias dimensões de públicos, suas características e especificidades, para alcançar uma “compreensão, multidimensional, daquelas transformações e das possíveis respostas que elas possam condicionar” (Santos, 2008: 85).

Ao falar sobre Estudos de Públicos é indispensável fazer referência ao modelo de análise criado por John Howard Falk e Lynn Diane Dierking em *The Museum Experience*, publicado em 1992. Este estudo apresenta um modelo muito abrangente de pesquisa que pode ser utilizado para análise de fenômenos culturais ou científicos em várias áreas das ciências sociais. Os autores afirmam que:

(...) we found this model to be a useful framework within which to organize and interpret the wealth of research and information that make up the museum visitor literature, as well as relevant research from psychology, anthropology, and sociology. (Falk e Dierking, 1992: 2).

Na análise que se segue propõe-se a adaptação deste modelo à vista a um museu, independentemente da sua área de atividade.

O modelo de análise criado pelos autores permite uma análise integrada e completa acerca da experiência da visita. Sugerem então que se tenha em conta três contextos que funcionam como diferentes lentes, como várias perspectivas de olhar para a mesma realidade

---

<sup>18</sup> Existem vários termos que poderão ser utilizados e que se referem ou incluem a vertente dos estudos de públicos designadamente “(...) evaluation, visitor research, visitor behavior, audience development, audience studies.” (Hopper-Greenhill, 2011: 363)



que se interligam e se completam entre si, estando, contudo, todas dependentes umas das outras.

O primeiro contexto, o contexto pessoal, diz respeito ao visitante em si, às suas experiências anteriores. Os indicadores que podem ser analisados neste contexto são os interesses dos visitantes, as suas motivações, expectativas iniciais acerca da visita e características pessoais que se possam relacionar e influenciar de certa forma com a visita.

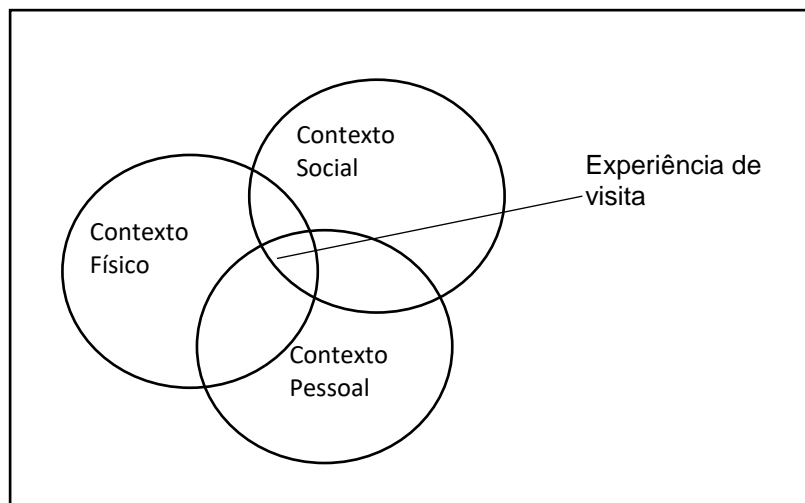
O contexto social já se refere à visita em concreto e à forma como esta se caracteriza. Os indicadores a ter em conta nesta dimensão são a modalidade de acompanhamento e as características dos acompanhantes, o momento em que a visita foi realizada (a data e período do dia) e a afluência de visitantes nesse dia, entre outros fatores.

Por último, o contexto físico, este último campo de análise diz respeito à análise feita relativamente à arquitetura do museu, às exposições visitadas, o modo como o visitante teve conhecimento do museu e da sua programação.

Através da Figura 1 é possível verificar que a experiência de visita se situa na confluência destes três conceitos.

Esta experiência de visita é pessoal, ou seja, adequa-se a cada pessoa de forma individual pois, sendo cada pessoa um ser individual, também o seu contexto e a sua forma de experienciar a visita é vivida de forma diferente.

Figura 1: Modelo de experiência interativa museológica



Fonte: Falk e Dierking (1992).

Em Portugal têm sido realizados vários trabalhos e investigações com vista a obter mais informação e um maior conhecimentos acerca dos públicos do museus e monumentos nacionais. A maior parte destes estudos têm sido desenvolvidos por na área da Sociologia e tem-se intensificado a partir dos anos 90.

Entre os inúmeros trabalhos de investigação relacionados com esta temática destacam-se as investigações realizadas pelo Observatório das Atividades Culturais (OAC) que têm como principal objetivo:

(...) a caracterização dos vários segmentos do público de determinadas manifestações culturais. É já hoje um adquirido que esta caracterização obedece a uma lógica de heterogeneidade (sendo aliás, sintomática a banalização do uso do plural públicos). Mesmo quando se está perante públicos restritos, a mesma lógica continua a impor-se, tendendo estes públicos a configurar-se como um conjunto complexo, não estabilizado, perpassado por clivagens internas, numa tensão entre homogeneidade e diferenciação, conforme se tem verificado através de vários inquéritos (AAVV, 2004: 9-10)

Esta cada vez mais clara noção de heterogeneidade dos públicos aumenta a necessidade e o interesse em estudá-los. Entre eles destacam-se inquéritos realizados com públicos de práticas culturais (Conde 1987; 1992), (Freitas e Santos, 1992b), (Pais, 1994), Silva e Santos (1995), (Santos, Neves, Lima e Carvalho, 2007).

No entanto, e como afirma José Soares Neves (2004: 235-238), ainda existe muito trabalho a realizar na área dos Estudos de Público em Portugal, uma vez que, ainda se torna necessário que o conhecimento sistemático e integrado dos públicos e das práticas culturais seja articulado com uma política estratégica que procure responder às necessidades das diversas instituições na sua articulação com a diversidade dos seus públicos.

### I.3. – Objeto de estudo e modelo de análise

O objeto de estudo desta dissertação são os visitantes individuais com 15 ou mais anos, não integrados em atividades organizadas pelos serviços educativos do museu (excluindo assim as escolas, os grupos organizados e as visitas guiadas).

Em relação ao modelo de análise são examinadas quatro dimensões específicas: a caracterização sociográfica dos visitantes, a relação prévia - anterior à visita do dia do preenchimento do questionário - entre o visitante e o MUHNAC, o contexto da visita e as características da visita.

A primeira tem como principal objetivo traçar a caracterização sociográfica do visitante através da análise da sua história pessoal. Pretende-se conhecer o seu perfil sociográfico – sexo, idade, nacionalidade, local de residência -, o contexto familiar – estado civil -, o grau de escolaridade e a categoria socioprofissional – profissão e condição perante o trabalho. Esta caracterização é obtida através da resposta às oito questões colocadas no final do questionário.

A segunda a ser explorada aborda a relação prévia existente entre o visitante e o MUHNAC. O indicador aqui utilizado diz respeito à frequência de visita ao museu.

Na terceira, pretende-se conhecer o contexto da visita do dia do preenchimento do questionário. Existem três grupos nesta dimensão: o contexto físico, que tem como objetivo perceber a forma como o visitante teve conhecimento do MUHNAC e da sua programação; o contexto temporal e social, que pretende contextualizar a visita no tempo através do registo da data da visita e da modalidade de acompanhamento e, por fim, as motivações e expectativas onde se pretendem identificar as razões que levaram à realização da visita e se, no final desta, as expectativas iniciais do visitante foram superadas, igualadas ou frustradas.

A última dimensão diz respeito às características da própria visita. Pretende-se saber quais foram as exposições visitadas, apresentando-se uma lista referente a todas as exposições patentes no MUHNAC - divididas em dois grupos, exposições permanentes e temporárias<sup>19</sup> -, a duração da visita e a avaliação de três componentes: a visita em geral, o conteúdo expositivo e a comunicação da programação e atividades do Museu. Nesta fase do questionário pretende-se igualmente apurar a opinião acerca das intenções futuras do visitante.

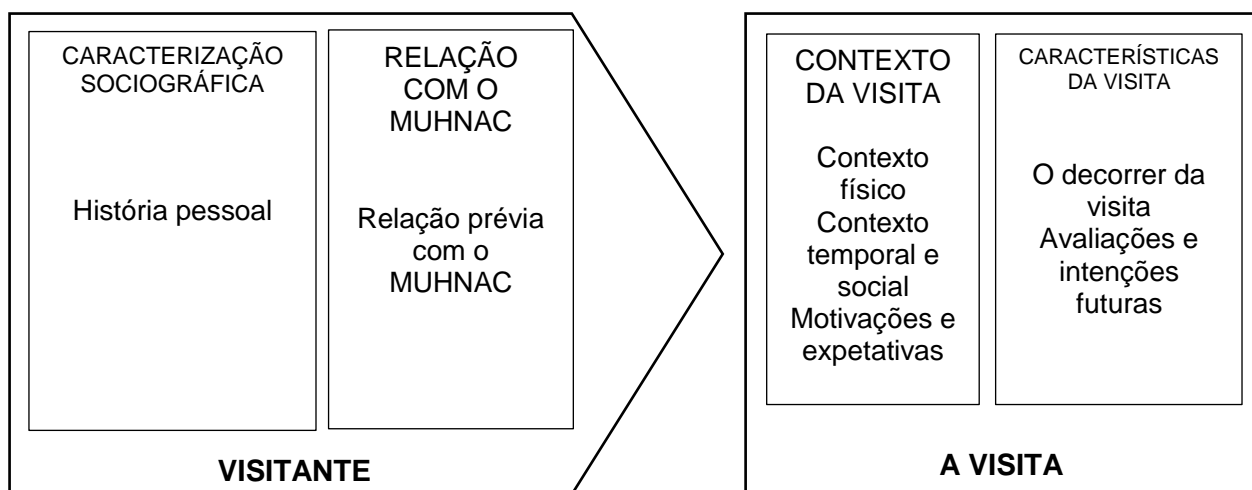
---

<sup>19</sup> Não se teve em conta as exposições *As Plantas do Tempo dos Dinossáurios* e *Adaptações Botânicas* uma vez que durante o período de implementação do questionário estas exposições encontravam-se fechadas ao público devido às obras no Jardim Botânico de Lisboa.

Por último, é dado um campo de resposta aberta para sugestões acerca tanto da visita realizada como do MUHNAC<sup>20</sup>. O objetivo da inclusão desta pergunta, de carácter qualitativo e mais subjetivo, no final do questionário é a obtenção informação mais pormenorizada e mais específica acerca da visita realizada, em particular, e do MUHNAC, em geral.

Foi construído um modelo de análise (figura 2) como forma de compreender a relação entre as várias dimensões analisadas através do questionário. Pretende-se assim perceber de que forma é que as duas primeiras dimensões – caracterização sociográfica e relação prévia existente entre o visitante e o MUHNAC – podem influenciar a experiência da visita – contexto e características da visita. O modelo de análise mais pormenorizado, com as várias dimensões de análise e os seus respetivos indicadores, encontra-se no Anexo D.

Fig. 2 – Modelo de análise (simplificado)



<sup>20</sup> “Às quais a pessoa responde como quer, utilizando o seu próprio vocabulário, fornecendo os pormenores e fazendo os comentários que considera certos, sendo aquilo que diz integralmente anotado pelo entrevistador.” (Ghiglione e Matalon, 1997: 15).

#### I.4. - Estratégia Metodológica

Tendo como base a observação inicial realizada e o estudo exploratório da bibliografia consultada foi construído um plano de investigação e uma estratégia metodológica que os complementasse. Nesse sentido, foram mobilizadas técnicas qualitativas (entrevista exploratória) e quantitativas (inquérito por questionário).

Numa fase inicial, como forma de obter um melhor e mais profundo conhecimento acerca da instituição em estudo, quais as suas principais características, qual a sua forma de organização, quais as principais preocupações e interesses no que diz respeito aos públicos que os visitam, foi realizada uma entrevista exploratória<sup>21</sup>. O esclarecimento de todas as questões acima referidas é essencial para o desenvolvimento de toda a investigação, mas principalmente para o período de realização do questionário a ser aplicado no museu.

O inquérito por questionário foi a ferramenta escolhida para obtenção e recolha de informação, aplicado aos visitantes com idade igual ou superior a 15 anos, de nacionalidade portuguesa e estrangeira, que entraram no horário normal de funcionamento do museu e cuja visita inclui as exposições patentes no MUHNAC. Com forma de garantir a representatividade dos resultados e a aleatoriedade dos inquiridos a entrega do questionário foi feita utilizando uma taxa de sondagem de 5 em 5 visitantes. Este foi o instrumento escolhido para a presente investigação uma vez que possibilita a recolha de um elevado número de respostas a questões específicas, essenciais para o estudo em causa, que posteriormente tratadas e analisadas permitem assim a obtenção de conclusões representativas e relevantes acerca de uma determinada realidade e, eventualmente generalizadas.

Um questionário, por definição, é um instrumento rigorosamente estandardizado tanto no texto das questões, como na sua ordem. No sentido de garantir a comparabilidade das respostas de todos os indivíduos, é absolutamente indispensável que cada questão seja colocada a cada pessoa da mesma forma, sem adaptações nem explicações suplementares resultantes da iniciativa do entrevistador. Para que tal seja possível é, evidentemente, necessário que a questão seja perfeitamente clara, sem qualquer ambiguidade e que a pessoa saiba exatamente o que se espera dela. (Ghiglione e Matalon, 1997: 110).

A maioria dos estudos sobre públicos recorre à utilização do questionário como instrumento de investigação uma vez que este permite a obtenção de um vasto leque de informações essenciais para a caracterização do perfil em estudo:

---

<sup>21</sup> Entrevista à Dra. Raquel Barata (responsável pelo Serviço de Comunicação e Imagem) em 25/05/2017.

(...) la descripción de las características principales del público potencial o actual del museo; la evaluación de algunas variables, susceptibles de su medida mediante auto informe, relacionadas con la visita a los museos en general o a una exposición en particular (motivaciones de la visita, expectativas, opiniones, valoraciones, nivel de satisfacción con los servicios); la obtención de datos relativos a la percepción del visitante de su propio comportamiento (tiempo que ha dedicado a la visita, salas que ha visitado, utilización de servicios del museo, etc.). (Santos, 2000: 97).

Contudo, o investigador, aquando da implementação do inquérito, assume igualmente um papel interventivo na medida em que coloca e formula as questões por uma determinada ordem. Sabendo que existe sempre esta influência implícita, a “constante presença do investigador” (Ghiglione e Matalon, 1997:11), este não deve modificar ou persuadir de forma propositada as respostas obtidas de modo a garantir a veracidade dos dados recolhidos. Como forma de minimizar este efeito, foi decidido que o questionário seria autoadministrado, ou seja, preenchido pelos inquiridos, e entregue posteriormente, no final da visita, ao investigador.

O questionário autoadministrado estava disponível em dois idiomas – português e inglês – de forma a poder abranger um maior número de visitantes. O questionário foi pensado para responder às questões de pesquisa, era constituído apenas por 22 questões, e tinha um tempo estimado de preenchimento entre os 8 e os 10 minutos. As questões eram, na sua maioria, de resposta fechada. Tal como referem Ghiglione e Matalon “Onde se apresenta à pessoa, depois de se lhe ter colocado a questão, uma lista preestabelecida de respostas possíveis dentre as quais lhe pedimos que indique a que melhor corresponde à que deseja dar” (Ghiglione e Matalon, 1997: 115). Contudo, nalguns casos específicos – questões 6 e 8 - era concedida a hipótese ao inquirido de completar a resposta através duma explicação ou justificação de carácter mais livre.

No que diz respeito ao local de entrega e recolha do questionário e depois de várias observações do espaço do museu, decidiu-se que o mesmo era entregue aos visitantes no início da visita, na entrada junto à bilheteira, e deveria ser devolvido novamente ao investigador, aquando da sua conclusão, no mesmo local.

Relativamente ao conteúdo do questionário, elaborou-se um documento com perguntas formuladas de forma adequada e objetiva e com uma linguagem considerada amigável e clara à maioria dos inquiridos. Esta questão metodológica é evidenciada em:

A questão semântica é primordial se queremos evitar as ratoeiras provenientes das possibilidades de leitura múltipla de uma mesma mensagem. (Ghiglione e Matalon, 1997: 17).

A ordem pela qual as questões são apresentadas no decorrer do questionário deve igualmente ser considerada como prioridade metodológica uma vez que cada questão deve

ser entendida como um elemento individual que tem, no entanto, um propósito global, o da caracterização do universo selecionado para estudo:

Cada questão deve ser interpretada em relação à sua posição no questionário e, portanto, essa posição deve ser cuidadosamente escolhida. (Ghiglione e Matalon, 1997: 112).

Esta premissa, presente durante a elaboração do questionário, permite alcançar os objetivos da investigação, anteriormente delineados, uma vez que “um questionário deve parecer uma troca de palavras tão natural quanto possível e as questões encadear-se umas nas outras sem repetições nem despropósitos” (Ghiglione e Matalon, 1997: 112).

Como forma de garantir a clareza e a objetividade do discurso foram realizados pré-testes<sup>22</sup> para que o resultado final fosse representativo do universo em estudo e para que não houvesse “necessidade de outras explicações para além daquelas que estão explicitamente previstas” (Ghiglione e Matalon, 1997: 108).

---

<sup>22</sup> “Aunque todos los pasos anteriormente descritos se hayan llevado a cabo con exquisita precisión, siempre será necesario probar el cuestionario previamente a recogida final de datos Esta tarea se denomina pre-test o pilotaje del cuestionario” (Santos, 2000: 106).

## II. CONTEXTUALIZAÇÃO EMPÍRICA: O MUHNAC

### II.1. As origens do MUHNAC

Neste capítulo pretende-se fazer uma apresentação e contextualização do Museu Nacional de História Natural e da Ciência (MUHNAC) acerca do espaço onde ele se encontra e da sua história até aos dias de hoje.

- *Breve Historial: Do Noviciado da Cotovia ao MUHNAC. Percorrendo a história do edifício.*

Fernão Telles de Menezes, fidalgo e ex-governador da Índia em 1581, e a sua mulher D. Maria de Noronha, não tendo descendência, doaram em 1587 a sua Quinta do Monte Olivete, na altura situada nos arredores de Lisboa numa zona então denominada por Cotovia<sup>23</sup>, para que aí fosse edificada uma Casa de Provação da Companhia de Jesus para formar noviços que eram posteriormente enviados como missionários para o Oriente. Depois de um prolongado período de obras é inaugurado, em 1619, o denominado *Noviciado da Cotovia*.

Após a expulsão dos Jesuítas em 1759 foi criado nesse local, em 1761, o *Real Colégio dos Nobres* que tinha como objetivo preparar a instrução pré-universitária dos jovens aristocratas, até à idade de 13 anos, para ingressarem, mais tarde, na Universidade. Contudo, esta instituição foi oficialmente extinta em 1837 fruto da sua crescente degradação motivada por diversos acontecimentos históricos e conjunturais, tais como as invasões francesas, a fuga da corte portuguesa para o Brasil e as posteriores lutas liberais, o desinteresse dos jovens aristocratas pela aprendizagem das novas matérias e a falta de financiamento régio.

O *Real Colégio dos Nobres* foi, no entanto, considerado, à época, como uma instituição de referência com um importante contributo para o desenvolvimento do ensino em Portugal, pelo seu método de ensino, pela diversidade de cadeiras administradas, por aí lecionarem diversos professores estrangeiros e pelo facto de, à época, ter sido inovadora no ensino experimental e no estudo das ciências exatas.

Em 11 de Janeiro de 1837, era então inaugurada, neste mesmo espaço, a *Escola Polytechnica* que passou a dispor de diversos serviços/valências: gabinete de física, laboratório de química, gabinete de história natural, biblioteca, jardim botânico, observatório astronómico e observatório meteorológico. Criava-se, assim, em Lisboa, uma instituição de

---

<sup>23</sup> Os terrenos que estavam destinados para a edificação do noviciado constituíam uma extensa propriedade de campos de trigo, horta, olival, pomar e casas de residência.



Ensino Superior Científico e, conseqüentemente, um importante veículo de desenvolvimento científico e cultural no país.

Após o incêndio de 1843, as instalações da *Escola Polytechnica* ficaram reduzidas a escombros. Iniciou-se, então, a sua reconstrução arquitetónica dando origem a um edifício cujas fachadas e traça estrutural se aproximam bastante das que ainda hoje existem. Em 1858 é incorporado neste espaço o Real Museu de História Natural, designação que manteve até 1961, quando se passou a denominar de Museu Nacional de Lisboa. Esta escola manteve-se em regular funcionamento até ao final da monarquia, sob a proteção dos monarcas e o apoio dos círculos científicos e intelectuais da sociedade portuguesa.

Os sucessivos governos da República Portuguesa defendiam a necessidade de modernização do País. Várias foram as medidas tomadas para reformar o ensino universitário. Havia necessidade de reorganizar a Universidade de Coimbra e de criar as Universidades de Lisboa e do Porto. Um decreto com data de 12 de maio de 1911, transforma a anterior *Escola Polytechnica* em Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa<sup>24</sup> e estabelece o respetivo plano de estudos para a nova instituição de ensino, com necessárias alterações estatuais face à organização e objetivos da anterior, inaugurando-se no ano letivo de 1911-1912<sup>25</sup>.

A nova Faculdade fica instalada no edifício do Monte Olivete e integra a tutela do Museu Nacional de História Natural<sup>26</sup>. Como nota Fernando Bragança Gil:

O Museu passou para a tutela desta última, [Faculdade de Ciências da UL] tomando a designação, já referida, de Museu Nacional de História Natural, a partir de 1919, embora continuasse na situação de “estabelecimento anexo” daquela Faculdade, mas com autonomia em relação à parte escolar, dispondo de dotações e quadros de pessoal próprios. Na realidade o legislador mostrou ter clara noção da diferença de objetivos da Faculdade e do Museu, admitindo a complementaridade das funções de ambos, mas sem a subordinação desta àquela, o que teria sido essencial para que o Museu cumprisse as suas missões para além de mero suporte das ações da Faculdade (Gil, 2005: 37).

---

<sup>24</sup> “O “Diário do Governo” publica o seguinte decreto: O Governo Provisório da República Portuguesa faz saber que, em nome da República, se decretou, para valer como lei, o seguinte: Artigo 1º: As Faculdades de Ciências teem por fim a cultura, progresso e ensino das sciencias mathematicas, physico-chimicas e histórico-naturaes e são estatuidas em Lisboa, Coimbra e Porto, nas Universidades das três cidades, com os corpos docentes que até ao presente teem servido e praticado aquellas sciencias. (...) Artigo 48º: Esta reforma começa a executar-se no anno lectivo de 1911-1912” in *Diário de Notícias*, 14 de Maio de 1911.

<sup>25</sup> Raúl Proença escreve, em 1924, a propósito da nova Faculdade de Ciências de Lisboa: “A Faculdade de Ciências possui magníficas aulas em anfiteatro, extensos corredores e boas oficinas e dependências. Por uma larga escadaria sobe-se ao espaçoso átrio, entrando-se por um peristilo formado por altas colunas coríntias que ornamentavam a fachada do convento de S. Francisco” (Proença, 1991: 329).

<sup>26</sup> “De facto o Museu Nacional de História Natural não chegou a ter real existência como tal e as suas três secções – Mineralogia e Geologia, Botânica e Zoologia e Antropologia – sem ligação funcional e administrativa entre si foram reunidas aos grupos homólogos da 3ª secção da Faculdade de Ciências, obtendo-se três unidades distintas com designações híbridas, bem reveladoras da situação criadas: Museu e Laboratório Mineralógico e Geológico, Laboratório e Jardim Botânico e Museu e Laboratório Zoológico e Antropológico” (este ultimo posteriormente designado por Museu Bocage) (Gil, 2005: 37).

As instalações da faculdade voltam a ser fustigadas por novo incêndio em 18 de março de 1978. Este facto, devastador para grandes zonas do edifício e áreas circundantes, aliado a uma evidente exiguidade de espaço provocado pelo aumento do número de estudantes e de disciplinas lecionadas, contribui para a concretização do projeto de transferência da Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa para as novas instalações na zona do Campo Grande, de forma gradual, a partir de 1985.

Apesar daquela mudança, no local da antiga *Escola Polytechnica*, herdeira do espaço do Noviciado da Cotovia e do Real Colégio dos Nobres, na zona do Monte Olivete, permaneceram o *Museu Nacional de História Natural* e o *Instituto Geofísico do Infante D. Luís* (o Observatório Meteorológico). Naquele mesmo espaço, veio juntar-se, criado em 1985, o *Museu de Ciência da Universidade de Lisboa*.

Desde então o Museu Nacional de História Natural, ali localizado desde meados do século XIX, encontrava-se aberto ao público através de três seções museológicas – Museu e Laboratório Zoológico e Antropológico – Museu Bocage; Museu Mineralógico e Geológico; e Museu, Laboratório e Jardim Botânico – cujo funcionamento e gestão eram feitos autonomamente (com dependência própria de cada departamento, diferentes responsáveis e horários diferenciados). Em 2003, nova alteração ocorre, agora a nível orgânico, com os museus a passarem a ser tutelados diretamente pela Reitoria da Universidade de Lisboa, tornando-se, assim, autónomos da Faculdade de Ciências, anterior órgão de tutela da instituição.

Em 2009 a tutela dos Museus da Politécnica decide fazer uma profunda reestruturação nos seus museus e encomenda um estudo a uma equipa internacional<sup>27</sup> com a missão de definir as bases da preservação e requalificação de todo o espaço da Politécnica e da definição de um projeto museológico integrado e único. Do relatório do estudo saíram um conjunto de recomendações que foram alvo de discussão e de amplo debate, em junho de 2010, no Seminário de Reflexão sobre “O Futuro dos Museu da Politécnica”, promovido pela Reitoria da Universidade de Lisboa.

Em outubro de 2011 dá-se a fusão dos dois museus - o Museu Nacional de História Natural e o Museu de Ciência - passando, então, as instituições a denominar-se de Museus da Universidade de Lisboa, com a designação pública de Museu Nacional de História Natural e da Ciência (MUHNAC).

O novo MUHNAC passa a integrar as coleções dos dois citados museus existentes nos antigos edifícios da *Escola Politécnica* (onde se encontram também o *Laboratório Chimico* e o *Anfiteatro*) (ver anexo A), o *Jardim Botânico de Lisboa* (onde se localiza o Borboletário)

---

<sup>27</sup> Coordenado por Rosalina Vargas o projeto denominou-se “Future targets and structure of the Museu Nacional de História Natural and Museu de Ciência da Universidade de Lisboa (both known as Museus da Politécnica)”.

(ver anexo B), o atual *Observatório Astronómico de Lisboa* (na Tapada da Ajuda) e o antigo *Picadeiro do Real Colégio dos Nobres*.

Em 2013 passam a vigorar os Estatutos da Universidade de Lisboa (ULisboa), através do Despacho Normativo nº5 – A/2013, de 19 de abril, e é ao abrigo destes que se dá a alteração orgânica nos museus, constituindo-os como Unidades Especializadas da Universidade de Lisboa.

Como todas essas Unidades devem ter um regulamento próprio, em 2014, são aprovados os Estatutos dos Museus da Universidade de Lisboa, pelo Despacho nº642/2014, 14 de janeiro de 2014.

## II.2 A estrutura e a programação do MUHNAC

### - Missão e fins

Tendo em conta o Estatuto dos Museus da Universidade de Lisboa e segundo o seu Artigo 1º (“Natureza”), a missão dos Museus da Universidade de Lisboa<sup>28</sup> é a de “promover a curiosidade e a compreensão pública sobre a natureza e a ciência e prestar serviços à comunidade académica e à sociedade através da preservação e valorização das suas coleções e do património universitário, da investigação, da realização de exposições e outras ações de carácter científico, educativo, cultural e de lazer” (Despacho nº 642/2014, 14 de janeiro de 2014).

De acordo com o exposto anteriormente, o MUHNAC, por ser um museu universitário, possui uma componente educativa muito acentuada e muito presente em toda a sua ação programática:

Na realidade, os museus universitários, como tais, têm características específicas que faz com que atravessem transversalmente a tipologia museológica. (...) um museu universitário poderá (darei mesmo, deverá) constituir uma “janela” através da qual, a Universidade se abre à comunidade onde se insere. (Gil, 2005: 46).

Nos referidos Estatutos estão especificados os objetivos destes espaços expositivos. Como já foi salientado a estratégia educativa é um dos principais pilares e por isso, como primeiro fim, está a necessidade de promoção e realização de atividades de carácter pedagógico sempre articulado com a componente científica promovendo e contribuindo, assim para o aumento do conhecimento científico por parte da população. Ainda dentro da componente educativa de um Museu Universitário está o apoio e a promoção da investigação e estudo ao longo da vida, o museu deve dar as ferramentas e o apoio necessário aos visitantes e todos aqueles que o procura para fins académicos.

### - O acervo

O acervo do MUHNAC tem mais de um milhão de peças de várias áreas – Arte, Fotografia, Ciência e Técnica, Industrial, História Natural (Zoologia/Antropologia, Geologia/Mineralogia, Botânica), Espécies Vivas (Jardim Botânico, Banco de sementes) – e

---

<sup>28</sup> Atualmente, a Universidade de Lisboa dispõe de 10 espaços museológicos: para além do MUHNAC; o museu de Engenharia Civil, o Museu Alfredo Bensaúde; o Museu Décio Thadeu (IST) e o Museu Faraday (em instalação) (todos no Instituto Superior Técnico); o Museu Egas Moniz (Faculdade de Medicina); o Ginásio-Museu Leal d’Oliveira (Faculdade de Motricidade Humana); a Sala-Museu do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas; a Sala-Museu Professor Marcello Caetano e a Sala-Museu Paulo Cunha (Faculdade de Direito). [www.ulisboa.pt](http://www.ulisboa.pt), consultado em 03/04/2017.

todas estas coleções revestem-se de grande importância para a missão educativa do museu e para a divulgação da ciência. Esta ideia é reforçada por Fernando Bragança Gil, que afirma:

As Universidades devem ter consciência da importância do seu papel cultural. As coleções e os museus universitários proporcionam ocasiões particulares de realizar experiências e participar na vida da universidade. Estas coleções servem como recursos activos para o ensino e investigação, bem como constituem arquivos históricos únicos e insubstituíveis. Em particular, as coleções das mais antigas universidades europeias são testemunhos do papel desempenhado pela universidade na definição e na interpretação da nossa identidade cultural. Valorizando e desenvolvendo este património académico comum às nossas instituições testemunham o seu empenho numa utilização continua destes recursos para um público alargado. (Gil, 2005: 45-46)

#### - As exposições patentes no MUHNAC

Pretende-se, neste ponto, listar as várias exposições patentes no MUHNAC aquando realização desta investigação.

Estão patentes no MUHNAC 19 exposições, sete exposições temporárias e doze exposições permanentes. (ver quadro 1).

As exposições temporárias podem agrupar-se em três grupos, exposições de História Natural (Dinossauros que viveram na nossa Terra), Ciência (Cuidar e Curar – Medicina e os Museus da Universidade de Lisboa) e exposições integradas no *Programa Arte e Ciência* (A Imagem Paradoxal – Francisco Afonso Chaves (1857 – 1926). Parte II, Olhar o Lobo, de Joaquim Pedro Ferreira, CórTEX – Fotografias de Isabel Romero e Vis Attractiva, de António Fiorentino).

As exposições permanentes são o *Amphiteatro e Laboratório Chimico da Escola Politécnica*, Reserva Visitável do Laboratório Chimico (com horário de funcionamento limitado), Jogos Matemáticos através dos Tempos, Exposição Participativa de Física, Coleções de Naturalista (encerrou para manutenção durante o período de implementação do questionário), A Aventura da Terra: um planeta em evolução, Reis da Europa Selvagem – os nossos últimos grandes carnívoros, Joias da Terra: o Minério da Panasqueira, Minerais: Identificar, Classificar, Memória da Politécnica: Quatro séculos de educação, ciência e cultura (com horário de funcionamento limitado), Plantas e Povos e Mar Mineral – Ciência e Recursos Naturais no Fundo do Mar. No grupo das exposições permanentes existe uma diferença que se prende com o tempo de duração das exposições. Existem as exposições permanentes, com data de término a dezembro de 2050 e as exposições de longa duração, que estarão patentes no MUHNAC até dezembro de 2018 ou dezembro de 2019.

Quadro 1 – Exposições Permanentes e Temporárias patentes no MUHNAC

<b>Exposições Temporárias</b>					
Dinossauros que viveram na nossa Terra	Cuidar e Curar – Medicina e os Museus da UL	A Imagem Paradoxal – Francisco Afonso Chaves (1857 – 1926). Parte II	Olhar o Lobo, de Joaquim Pedro Ferreira	Córtex – Fotografias de Isabel Romero	Vis Attractiva, de António Fiorentino
<b>Exposições Permanentes</b>					
Amphiteatro e Laboratório Químico da Escola Politécnica*	Reserva Visitável do Laboratório Químico*	Jogos Matemáticos através dos Tempos**	Exposição participativa de Física**	Coleções de Naturalista**	A Aventura da Terra: um planeta em evolução
Reis da Europa Selvagem – os nossos últimos carnívoros**	Joias da Terra: o Minério da Panasqueira**	Minerais: Identificar, Classificar**	Memória da Politécnica: Quatro séculos de educação, ciência e cultura	Plantas e Povos**	Mar Mineral – Ciência e Recursos Naturais no Fundo do Mar**

Fonte: [www.museus.ulisboa.pt](http://www.museus.ulisboa.pt).

Nota: \*Exposições permanentes; \*\*Exposições de longa duração

#### - Programação de atividades

As atividades e iniciativas promovidas pelo MUHNAC ao longo do ano abrangem diversas temáticas de estudo do museu e destinam-se a muitos tipos de públicos.

Para os públicos mais especializados nas temáticas estudadas pelo MUHNAC existem conferências e seminários, tanto nacionais como internacionais (o MUHNAC acolhe muitas conferências internacionais de Ciência e História Natural) cursos e workshops para investigadores, professores e públicos interessados nos temas em questão.

Para os públicos infantis existem as *Férias no Museu*, que decorrem nas férias da Páscoa e nas férias de Verão, e que se destinam a crianças entre os 6 e os 12 anos. Durante este tempo são propostas atividades com o objetivo de aprender de forma divertida e descontraída temas como a natureza e a importância da sua preservação, a ciência, a história natural, botânica, entre outros. Existe também a possibilidade de realizarem a sua festa de

aniversário no MUHNAC para o qual estão definidos um conjunto de programas que definem a temática da festa, são eles, *O meu primeiro caderno de campo, jardim em festa, com muito jogo, animais por todo o lado, minerais aos pares, fósseis para todos e cheios de energia*. Para as crianças existe também a atividade *Teatro no Museu* que consiste num teatro infantil organizado semanalmente no espaço do museu por uma companhia de teatro externa ao museu.

Ao longo do ano são desenvolvidas inúmeras atividades para todos os públicos de forma regular aos fins-de-semana (ver anexo C).

#### - Comunicação no MUHNAC

No que diz respeito aos objetivos comunicacionais do MUHNAC estes prendem-se com a divulgação de todas as atividades realizadas pelo mesmo, sejam estas relacionadas com a divulgação do património histórico-científico e das suas coleções e com a investigação científica, direcionadas principalmente para um público mais técnico e consequentemente em número mais restrito, sejam as atividades promovidas pelo Serviço de Educação e Animação Cultural, tanto integradas no programa de oferta escolar - dirigido ao público escolar - como no programa dirigido ao público em geral.

É também um dos grandes objetivos e preocupação do MUHNAC a divulgação e a comunicação da ciência e da conservação da natureza, alertando a comunidade para a importância do património e da sua preservação, recorrendo para tal ao vasto espólio do museu. Isto é atingido através da realização de exposições, conferências, colóquios e palestras. É também prioridade do MUHNAC a monitorização da comunicação efetuada e a realização de estudos de públicos de forma frequente com o objetivo de ir melhorando e adaptando as suas estratégias e a sua programação às necessidades e interesses dos visitantes. E por último, também como uma das prioridades e interesses do MUHNAC:

O Museu pretende ainda promover o desenvolvimento de projetos de comunicação transversais, que envolvam diferentes tipologias de públicos e que permitam estabelecer uma imagem forte e unificada do MUNNAC.<sup>29</sup>

O MUHNAC divulga as suas atividades e programação, principalmente, através dos seus meios de informação próprios, são eles o website do museu, a newsletter que é enviada via email com a programação semanal para os contatos do MUHNAC e em termos de redes sociais é possível obter informação através da página de *Instagram* e *Facebook*.

---

<sup>29</sup> Entrevista à Dra. Raquel Barata (responsável pelo Serviço de Comunicação e Imagem) em 25/05/2017.

- Modo de funcionamento e registo de entradas

Para se conhecer bem o MUHNAC é necessário analisar o modo de funcionamento e o registo de entradas, tanto do Museu como do Jardim Botânico.

O MUHNAC, edifício principal, tem um horário de funcionamento regular durante todo o ano. Está aberto de 3ª feira a domingo, encerrando à 2ª feira e feriados, e funciona durante a semana das 10h às 17h e ao fim-de-semana das 11h às 18h.

O ingresso no Museu pode ser feito da seguinte forma: através de bilhete individual (que dá acesso apenas a visitar o Museu ou Jardim Botânico) ou de bilhete único (que dá acesso a visitar ambos os espaços) até 30 minutos antes do horário de fecho do MUHNAC.

O quadro 2 dá conta dos preços dos bilhetes por cada uma das categorias:

Quadro 2 – Preçário das entradas no MUHNAC

<b>Tipos de bilhete</b>	<b>Adultos</b>	<b>Bonificados*</b>	<b>Famílias**</b>	<b>Passé Anual</b>
<b>Bilhete Individual</b>	Museu – 5€ Jardim Botânico – 2€	Museu – 3€ Jardim Botânico – 1€	Museu – 12,5€ Jardim Botânico – 5€	-
<b>Bilhete Único</b>	6€	3,50€	15€	20€***
<b>Entrada Gratuita****</b>	-	-	-	-

Fonte: [www.museus.ulisboa.pt](http://www.museus.ulisboa.pt).

Notas: \*Menores de 18 anos ou maiores de 65 anos, estudantes, funcionários da Universidade de Lisboa. \*\*Famílias compostas por 2 adultos e 2 crianças. \*\*\*Com desconto de 50% para os moradores da freguesia de Santo António e Misericórdia. \*\*\*\*A entrada é gratuita para crianças menores de 6 anos, membros do ICOM e APOM e para todos os visitantes ao Domingo entre as 11h e 14h.

O Jardim Botânico esteve fechado para obras de requalificação, no âmbito do projeto Orçamento Participativo da Câmara Municipal de Lisboa, desde 3 de outubro de 2016 tendo por isso estado encerrado durante todo o período de realização desta investigação.

Também é possível aceder aos serviços Biblioteca e Arquivo Histórico do Museu Nacional de História Natural e da Ciência, mas a entrada é condicionada sendo necessária marcação prévia.



## - Estrutura e organograma

O MUHNAC está dividido em nove unidades, cada uma com as suas funções e áreas de estudo e de intervenção diferentes.

No que diz respeito às unidades mais administrativas, técnicas e de direção o MUHNAC divide-se em Administração e Gestão, Comunicação e Imagem que tem como principal missão “cabe a tarefa de manter viva a ligação entre o Museu e os seus Públicos”<sup>30</sup>, a Direção, o Serviço Educativo que coordena, desenvolve e organiza as atividades educativas do MUHNAC bem como a formação interna dos colaboradores do museu e a Unidade de Exposições e Visitantes que deve “promover, apoiar e manter as exposições e experiência de visita dos públicos do Museu”<sup>31</sup>.

Em relação às Unidades mais especializadas e que se relacionam com as temáticas de estudo do museu e que têm como objetivo a preservação e valorização das suas coleções específicas, Unidade de Botânica, Unidade de História e Cultura matéria da Ciência, Unidade de Mineralogia, Geologia e Paleontologia e a Unidade de Zoologia e Antropologia.

## - Estratégia educativa

Foquemo-nos agora mais em concreto na estratégia educativa do MUHNAC. Esta consiste na disponibilização ao visitante de uma aprendizagem ativa, baseada no método *hands-on*, isto é, uma aprendizagem com base na experimentação e abordando questões do quotidiano com o intuito de tornar a prática da aprendizagem mais eficaz e de maior interesse para os alunos (e público em geral) que integram as atividades realizadas. Tem, assim, o objetivo de estimular nos jovens o interesse e “curiosidade orientada para a compreensão e o fascínio pela ciência”.<sup>32</sup>

Uma das principais responsabilidades do MUHNAC é a de “promover actividades de carácter científico, pedagógico e cultural, de natureza museológica” e “a compreensão pública da ciência e do conhecimento universitário, com destaque para as ciências da natureza e a história das ciências, realizando designadamente exposições, conferências, cursos e a publicação de obras científicas no domínio das suas actividades”. O Museu deve ainda “apoiar a investigação, o ensino e a difusão da cultura científica, como infraestrutura de coleções científicas e arquivos da Universidade, no âmbito das ciências naturais”, deve também “proceder à gestão, conservação, expansão e valorização das suas coleções científicas” e

---

<sup>30</sup> <http://www.museus.ulisboa.pt/pt-pt/comunicacao-e-imagem>, consultado em 26/10/2017.

<sup>31</sup> <http://www.museus.ulisboa.pt/pt-pt/exposicoes-e-visitantes>, consultado em 26/10/2017.

<sup>32</sup> MUHNAC, “Atividades Educativas”, disponível em <http://www.museus.ulisboa.pt/pt-pt/atividades-educativas> consultado em 12/07/2017.

“conservar e administrar o Jardim Botânico de Lisboa, e incentivar a sua adequada utilização para fins científicos e de lazer” e por fim deve, “contribuir para a formação científica e cultural dos estudantes” (Estatuto dos Museus da Universidade de Lisboa, Artigo 2º).

### III. INQUÉRITO AOS PÚBLICOS

#### III.1 Balanço da aplicação

O período de implementação do inquérito no MUHNAC decorreu entre 25 de julho e 25 de agosto de 2017. No que diz respeito aos dias, a aplicação foi realizada em 8 dias de fim de semana (em 4 manhãs e 4 tardes) e em 19 dias da semana (em 12 manhãs e 11 tardes), com exceção das segundas-feiras e do feriado de 15 de agosto. No total o questionário foi aplicado de forma descontinuada em 16 manhãs e 15 tardes como forma de abranger todos os dias em todos os horários de funcionamento do MUHNAC. Quanto ao horário, nos dias úteis, no período da manhã, foram entregues questionários entre as 10h00 e as 14h00 e, no período da tarde, entre as 14h00 e as 17h00, ao passo que nos dias de fim de semana a aplicação foi feita no período da manhã entre as 11h00 e as 14h00 e no período da tarde entre as 14h00 e as 18h00.

No quadro 3, é possível identificar de forma esquematizada a distribuição dos dias com aplicação por dia da semana e período do dia (manhã e tarde).

Quadro 3 – Aplicação dos questionários segundo o dia da semana e o período do dia (número)

	Manhãs	Tardes	TOTAL
Dias úteis	12	11	19
Fim de semana	4	4	8
TOTAL	16	15	27

Nota: Não houve aplicação às segundas-feiras e no feriado de 15 de agosto.

Relativamente ao método de abordagem, a entrega dos questionários ocorria no início da visita, no corredor central no local de início da visita, depois do inquiridor se apresentar e expor de forma sucinta quais os objetivos e o propósito do questionário e a importância da participação dos visitantes para a conclusão do estudo.

A amostra, ou seja, os visitantes que participaram no estudo preenchendo o questionário, foram selecionados utilizando uma taxa de sondagem de 5 em 5 visitantes como forma de garantir a representatividade do estudo.

Solicitava-se também aos inquiridos que preenchessem o questionário depois de concluírem a visita e o entregassem o questionário ao inquiridor no mesmo local (uma vez que o este coincidia com o início e o fim da visita ao museu).

No momento da recolha do questionário eram preenchidos os campos de controlo referentes à data e ao registo do período do dia (manhã ou tarde) no qual o questionário foi realizado.

Durante os 27 dias de aplicação foram entregues um total de 307 questionários. Deste conjunto foram recolhidos 303, o que corresponde a uma taxa de resposta de 99% (quadro 4).

Quadro 4 – Indicadores da aplicação dos questionários

	Questionários entregues	Questionários recolhidos	Taxa de respostas	Inválidos*	Válidos	Taxa de validação
TOTAIS	307	303	98,7	8	295	96,1%

Após a conclusão do período de implementação, seguiu-se a fase de validação dos questionários. Procedeu-se à numeração dos mesmos e à posterior validação dos dados recolhidos. Nesse sentido foram considerados inválidos 8 questionários, apontando-se como fator de exclusão os que acabaram por ser respondidos por menos de 15 anos e os que foram entregues com resposta incompletas, em especial no que diz respeito às perguntas acerca dos dados sociográficos.

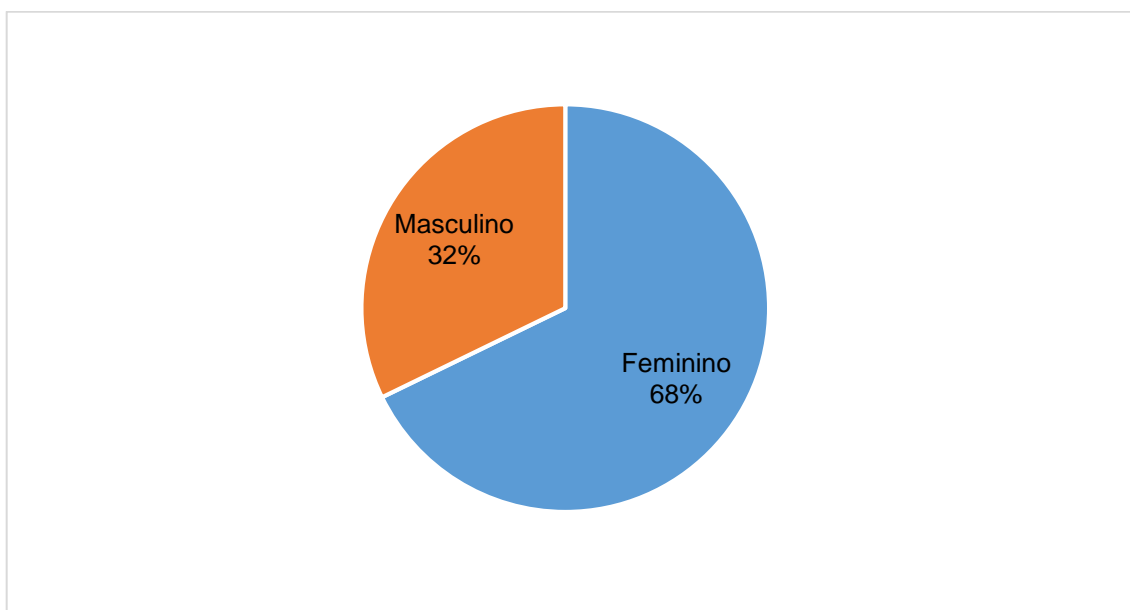
Foram validados no total 295 questionários, correspondendo a 96,1% do número total de questionários recolhidos.

De seguida efetuou-se a introdução dos dados no suporte informático Excel, construíram-se variáveis e codificaram-se as respostas de perguntas abertas. Realizaram-se as frequências e os cruzamentos para a análise dos dados.

### III.2 Caracterização Sociográfica

Analisando os dados obtidos no inquérito, no que diz respeito ao Sexo, conclui-se que a maioria dos inqueridos (68%) corresponde ao sexo feminino e que 32% são do sexo masculino (gráfico 1). No entanto, considera-se que a percentagem de inquiridos do sexo feminino está sobrevalorizada uma vez que se verificou durante o período de implementação do questionário que, apesar da abordagem ser feita inicialmente ao elemento masculino do casal, o questionário acabava muitas vezes por ser preenchido pelo elemento feminino que o acompanhava. Esta constatação pode ser adiante verificada, através dos resultados relativos à modalidade de acompanhamento, onde 34% dos inquiridos realizou a visita acompanhado/a por cônjuge/companheiro/a ou namorado/a, justificando-se assim a perceção apresentada acima.

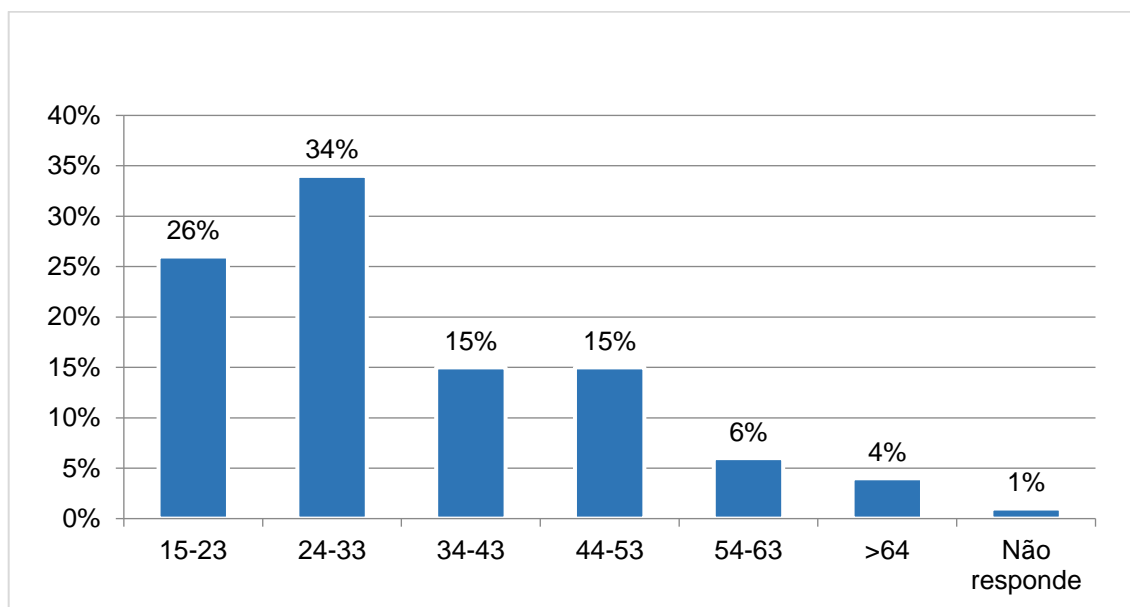
Gráfico 1 – Sexo (percentagem)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n= 295)

Na análise dos inquiridos segundo a *Idade*, conclui-se que mais de metade (60%) dos inquiridos tem idade inferior a 34 anos (tendo como média de idades para o sexo masculino de 33 anos e para o sexo feminino 34 anos). Este resultado pode ter sido influenciado pelo facto de o período de implementação do questionário ter ocorrido entre julho e agosto correspondendo assim ao período de férias escolares. Mais concretamente, o escalão que mais se destaca é o das idades compreendidas entre 24 e 33 anos (34%), de seguida, do escalão dos 15-23 anos (26%) (gráfico 2). A percentagem dos dois escalões seguintes, 34-43 anos e 44-53 anos, é menor, mas ainda é significativa e corresponde a 15% em ambos os casos. Inquiridos com idades superiores a 54 anos são escassos, no total 10%.

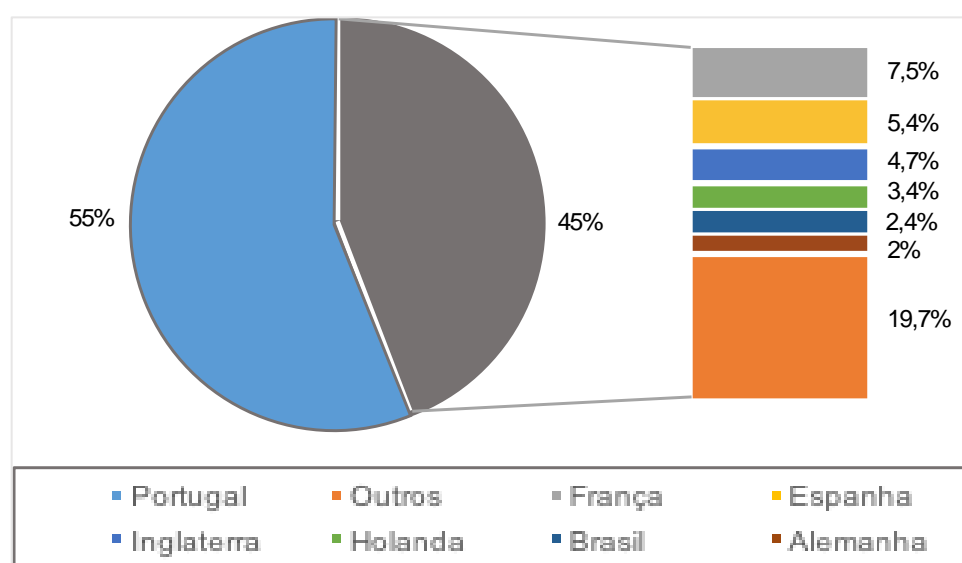
Gráfico 2 – Escalão etário (percentagem)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n= 295)

Quanto à *Nacionalidade*, constata-se que 162 inquiridos do MUHNAC (55%) são portugueses e que os restantes 133 são estrangeiros (45%) (gráfico 3). Também estes valores podem estar a ser influenciados pelo facto de o período de implementação corresponder ao período de férias escolares e laborais em Portugal, permitindo assim uma mais frequência ao museu de visitantes nacionais mais visitas ao museu por parte dos visitantes nacionais.

Gráfico 3 – País de origem (percentagem)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n= 295)

É possível verificar que os quatro países de origem mais significativos são França, correspondendo a 8%, Espanha a 5%, Inglaterra a 5% da amostra, 3% a Holanda, 2% diz respeito ao Brasil e 2% a Alemanha.

Tendo como foco apenas os estrangeiros que visitam o MUHNAC, é possível identificar 30 países de origem, sendo eles, oriundos dos diversos continentes (quadro 5).

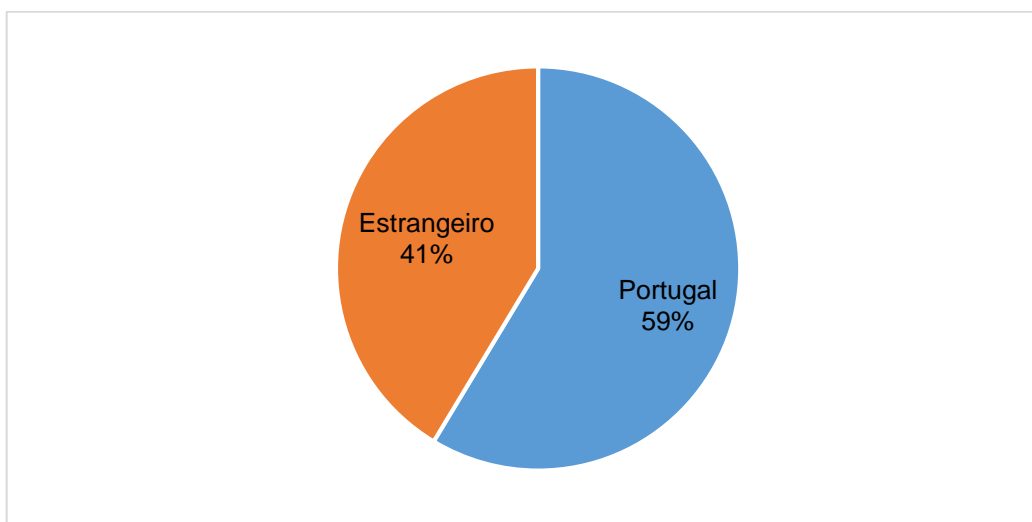
Quadro 5 – Países de origem dos inquiridos de nacionalidade estrangeira

Áustria	Itália
Austrália	Japão
Bélgica	Moldávia
Brasil	Noruega
Canadá	Polónia
China	República da Coréia
Croácia	Roménia
Dinamarca	Rússia
Estónia	Escócia
França	Eslovénia
Alemanha	Espanha
Holanda	Suécia
Índia	Suíça
Irlanda	Inglaterra
Ucrânia	Estados Unidos da América

Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n=133)

Considerando o *Local de Residência Habitual* verifica-se que mais de metade dos inquiridos vive em Portugal (59%) e que 41% refere viver no Estrangeiro (gráfico 4). Dos que residem em Portugal, 54% está localizado no concelho de Lisboa e 46% distribuídos pelos restantes concelhos nacionais.

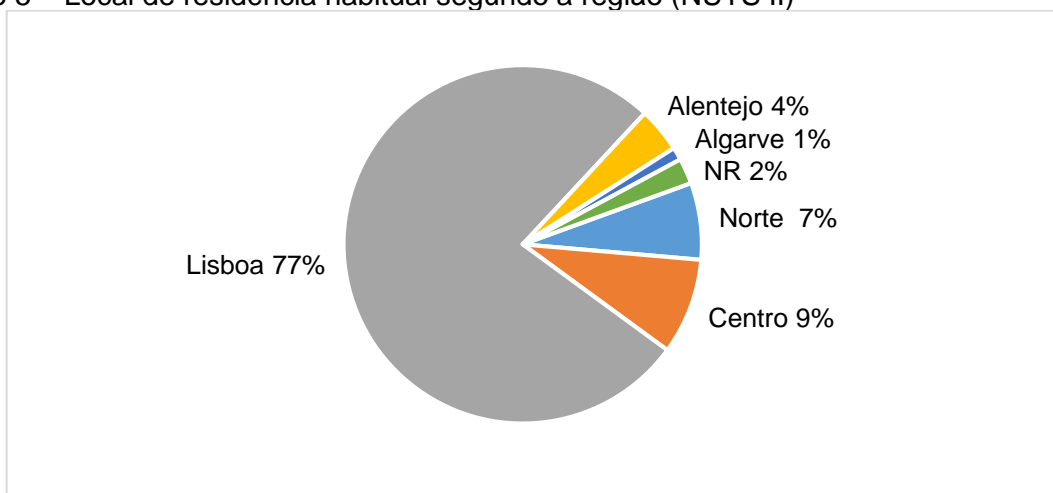
Gráfico 4 – Local de residência habitual (percentagem)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n= 295)

Tendo em conta a distribuição dos visitantes que vivem em Portugal por Região (NUTS II) é possível concluir que a proximidade geográfica ao MUHNAC funciona como um dos grandes fatores de captação de público, uma vez que, se verifica que 77% dos visitantes reside na Região de Lisboa. Os restantes 23% são provenientes de concelhos de outras regiões de Portugal Continental, com predomínio para os inquiridos vindos da Região Centro (9%) e Norte (7%), não tendo sido, por outro lado, inquirido qualquer visitante das Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira (gráfico 5).

Gráfico 5 – Local de residência habitual segundo a região (NUTS II)



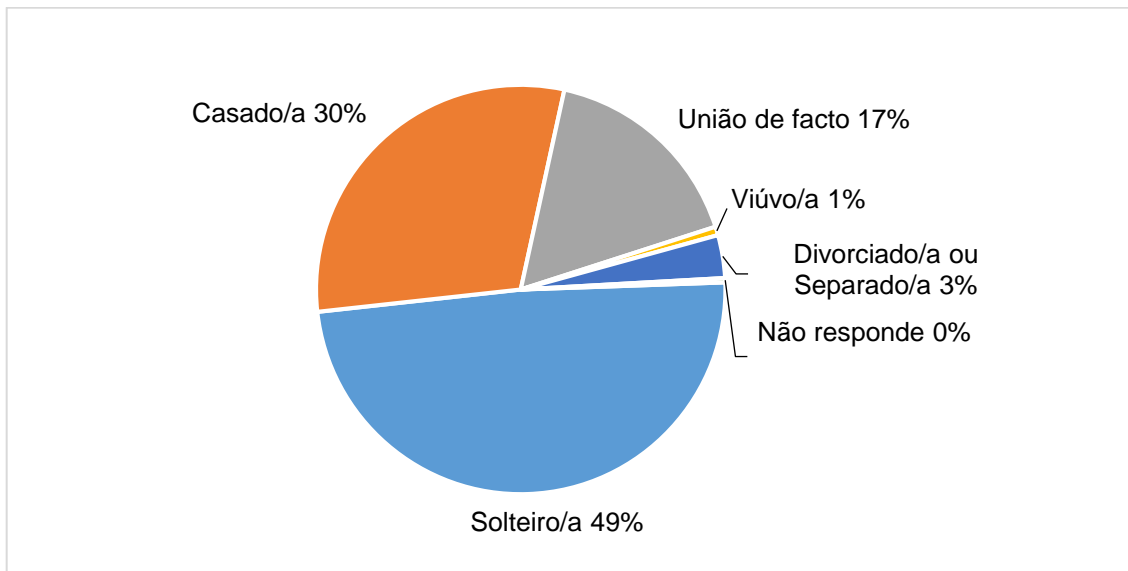
Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n= 173)

Relativamente a *Situação Conjugal* dos inquiridos, verifica-se que aproximadamente metade da amostra são Solteiros/as (49%), seguido dos na situação de Casado/a (30%) e em



União de Facto (17%). As restantes categorias apresentam percentagens muito residuais (gráfico 6).

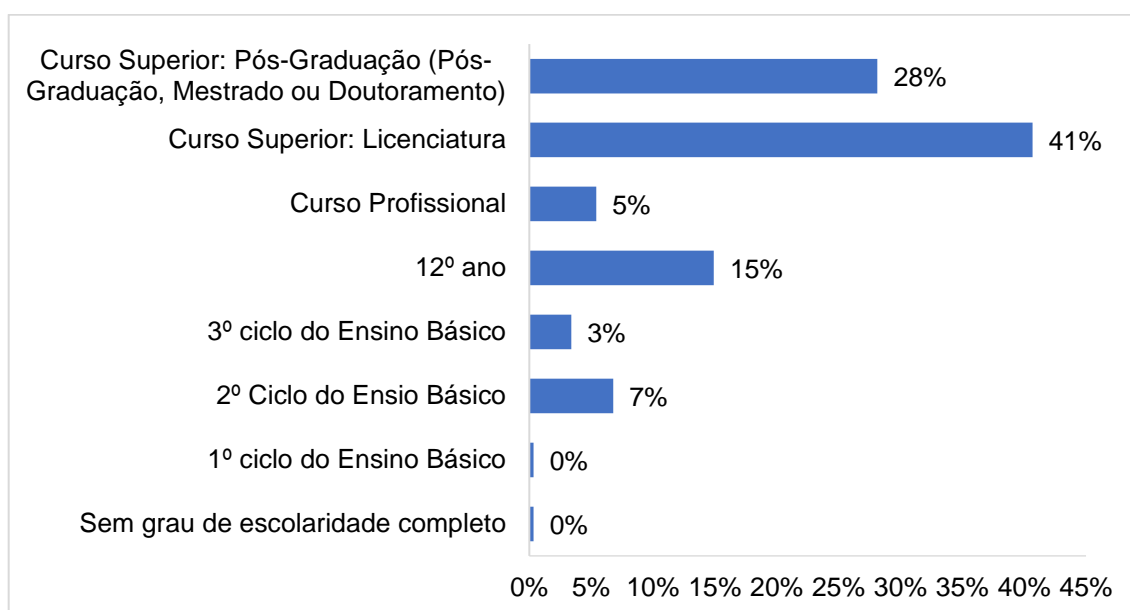
Gráfico 6 – Situação conjugal (percentagem)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n= 295)

Considerando o *Grau de Escolaridade* dos visitantes inquiridos constata-se que 69% possuem ensino superior, com maior predomínio do com uma Licenciatura (41%) seguido dos com uma Pós-Graduação, Mestrado ou Doutoramento (28%). Os restantes 31% estão distribuídos pelos remanescentes graus (Ensino Básico e Ensino Secundário) sendo que 15% destes correspondem a indivíduos que concluíram o 12º ano ou um curso profissional (gráfico 7).

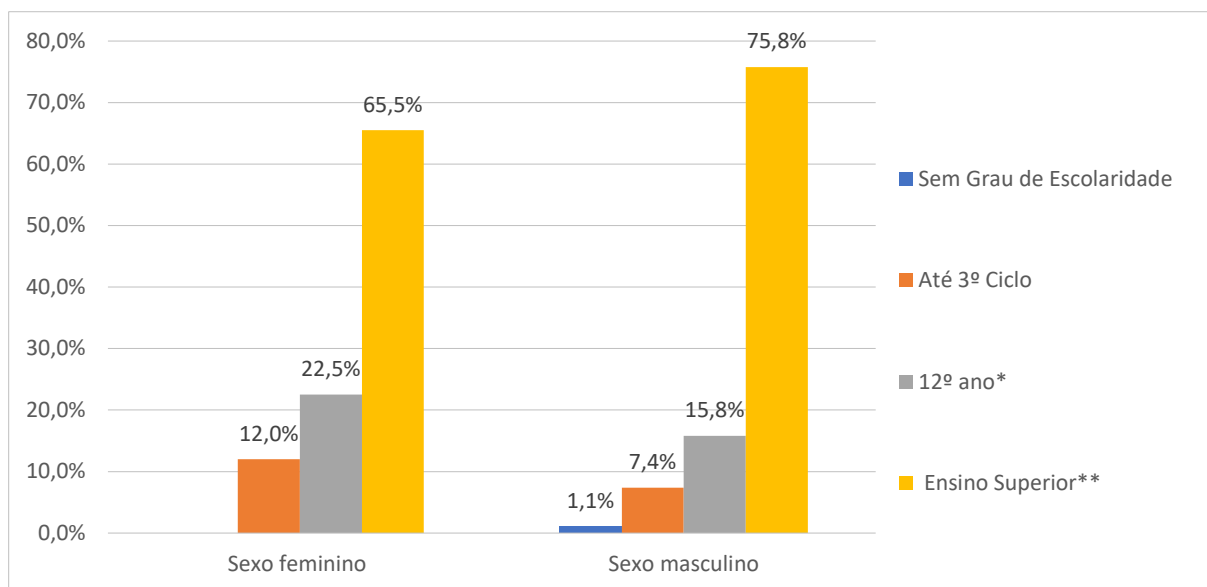
Gráfico 7 – Grau de Escolaridade (percentagem)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n= 295)

Ao cruzar o *Grau de Escolaridade* com o *Sexo* conclui-se que, em ambos os sexos, a maior percentagem de grau de escolaridade corresponde ao Ensino Superior (gráfico 8). Em termos percentuais, existe uma maior preponderância nos inquiridos do sexo masculino com Ensino Superior do que do sexo feminino (76% contra 66%, respetivamente). As restantes categoriais, verifica-se que os inquiridos de sexo feminino possuem uma maior percentagem de escolaridade com *12º Ano* (23%) e *Até 3º Ciclo* (12%).

Gráfico 8 – Grau de Escolaridade dos visitantes segundo o Sexo (percentagem)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC.

Base: Sexo feminino: N= 200; sexo masculino: N= 95)

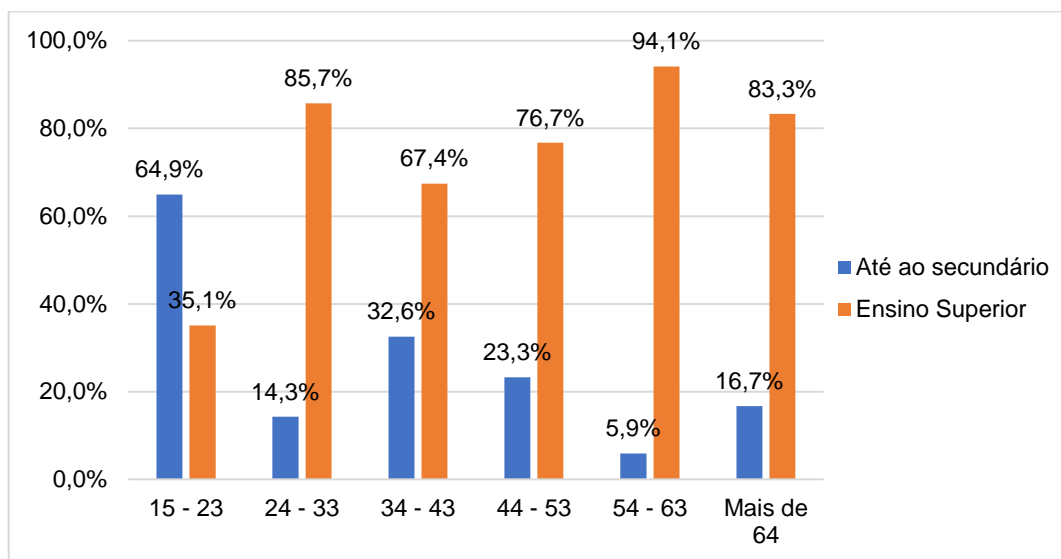
Notas: \*Inclui visitantes com Curso Profissional \*\*Inclui visitantes com Licenciatura, Pós-Graduação, Mestrado e Doutoramento.

Observando o gráfico 9, em que se cruzam os dados relativos ao *Grau de Escolaridade* e ao *Escalão etário dos visitantes inquiridos*, conclui-se que no escalão correspondente a idades compreendidas entre os 15 e 23 anos é onde se verifica a maior percentagem de visitantes inquiridos que não concluíram o Ensino Superior. Este fenómeno já era espectável uma vez que muitos dos inquiridos destas idades se encontram neste momento a frequentar o Ensino Superior, não o tendo concluído até à data.

No escalão correspondente a idades entre os 24 e os 33 é onde se verifica a maior percentagem da amostra que já concluiu o Ensino Superior.

Pode também considerar-se que os visitantes do museu são instruídos e com um alto grau de escolaridade concluído, sendo transversal em todos os escalões. A exceção é o primeiro escalão pela razão de uma parte destes inquiridos se encontrarem a frequentar o ensino secundário ou uma licenciatura (pela hipótese anteriormente apresentada).

Gráfico 9 – Grau de Escolaridade segundo o Escalão Etário (percentagem)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n= 295)

Notas: \*Até ao Secundário inclui visitantes com Curso Profissional \*\* Ensino Superior Inclui visitantes com Licenciatura, Pós-Graduação, Mestrado e Doutoramento.

A análise da variável Grupo Ocupacional é realizada recorrendo à divisão em dois subgrupos: o do Grupo profissional (população ativa) e o do Estatuto ocupacional (população não ativa). Tendo em conta os resultados obtidos, verifica-se que a maior parte dos inquiridos pertencem à população ativa (59%) (quadro 6).

Assim, é possível concluir que 34% dos visitantes inquiridos são *Estudantes* sendo esta a categoria mais representativa.

No que diz respeito ao Grupo Profissional<sup>33</sup>, o grupo mais significativo é o dos *Especialistas das atividades intelectuais e científicas*, que corresponde a 29% do total da amostra. Inseridos neste grupo destacam-se, por exemplo, as profissões de Professor e as com o sector Científico (como médico, investigador científico, biólogo). Destaque ainda a percentagem de inquiridos do grupo de Representantes do poder legislativa e de órgãos executivos, dirigentes, diretores e gestores executivos (15%).

De acordo com o Estatuto ocupacional, é possível verificar que entre os não ativo, os *Estudantes* são a categoria mais representada (34%). De notar a fraca presença de *Reformados/aposentados* (apenas 3%).

<sup>33</sup> Variável de acordo com a Classificação Portuguesa das Profissões (INE, 2011)

Quadro 6 - Grupo Profissional (ativos) / Estatuto Ocupacional (não ativos)

<b>Grupo profissional (Ativos)</b>	<b>59%</b>
Representantes do poder legislativo e de órgãos executivos, dirigentes, diretores e gestores executivos	15%
Especialistas das atividades intelectuais e científicas	29%
Técnicos e profissões de nível intermédio	6%
Pessoal administrativo	5%
Trabalhadores dos serviços pessoais, de proteção e segurança e vendedores	3%
<b>Estatuto ocupacional (Não ativos)</b>	<b>41%</b>
Reformados/aposentados	3%
Estudantes	34%
Desempregados	4%

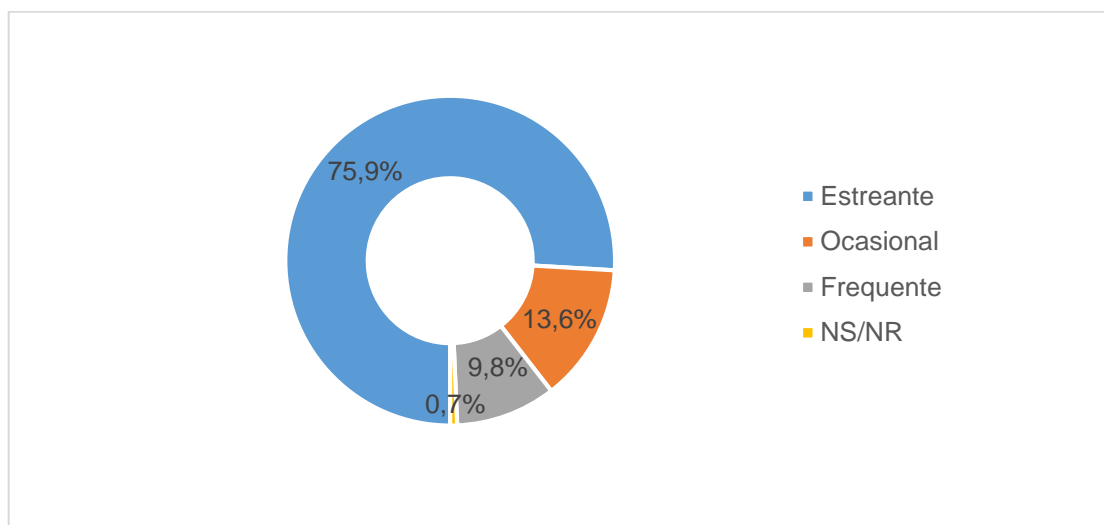
Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n= 295)

### III.3 Relação com o MUHNAC

Na dimensão que diz respeito à análise da relação que existe entre o visitante inquirido e o MUHNAC pretende-se conhecer a *Frequência da Visita* ao museu. Nesse sentido, para se analisar este indicador consideram-se as seguintes categorias: *Estreantes* os inquiridos que visitam o MUHNAC pela 1ª vez no dia de preenchimento do questionário, *Ocasionais* os visitantes que visitam pela 2ª ou 3ª vez; e *Frequentes* os que visitam pela 4ª vez ou mais.

No que diz respeito à Frequência da visita, e segundo os dados recolhidos através dos questionários aplicados, conclui-se que 76% consideram-se Estreantes, logo é a primeira vez que visitam o MUHNAC. Dos que regressaram ao Museu, verifica-se uma maior percentagem dos Ocasionais (14%) seguido dos Frequentes (10%) (gráfico 10).

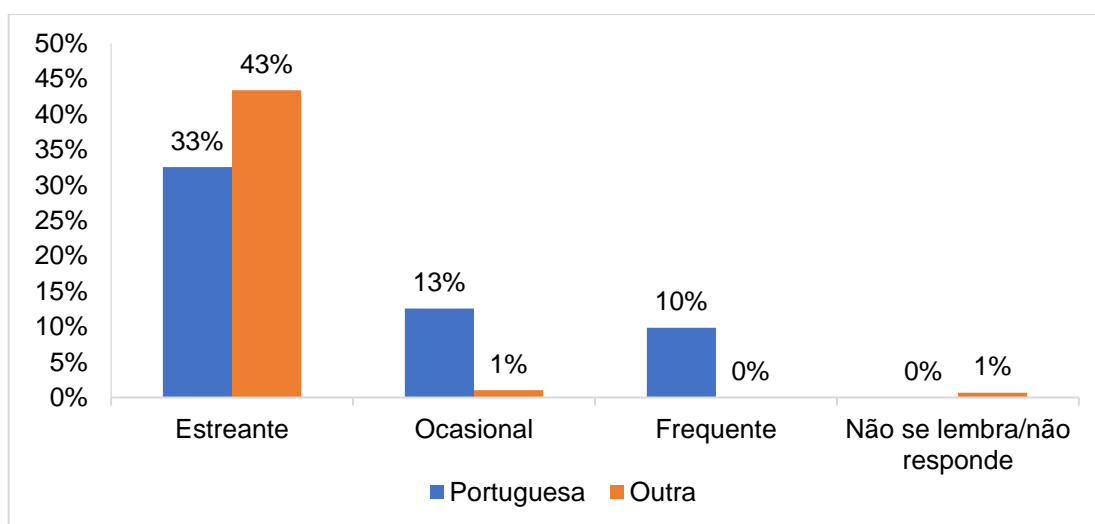
Gráfico 10 – Frequência de visita (percentagem)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n= 295)

Ao cruzar a Frequência de Visita com a Nacionalidade observa-se através do gráfico 11 que a maior percentagem de Estreantes são de nacionalidade estrangeira (43% contra 33% de portugueses). Relativamente aos visitantes Ocasionais e Frequentes conclui-se que estes são maioritariamente visitantes de nacionalidade portuguesa.

Gráfico 11 – Frequência de visita segundo a Nacionalidade (percentagem)

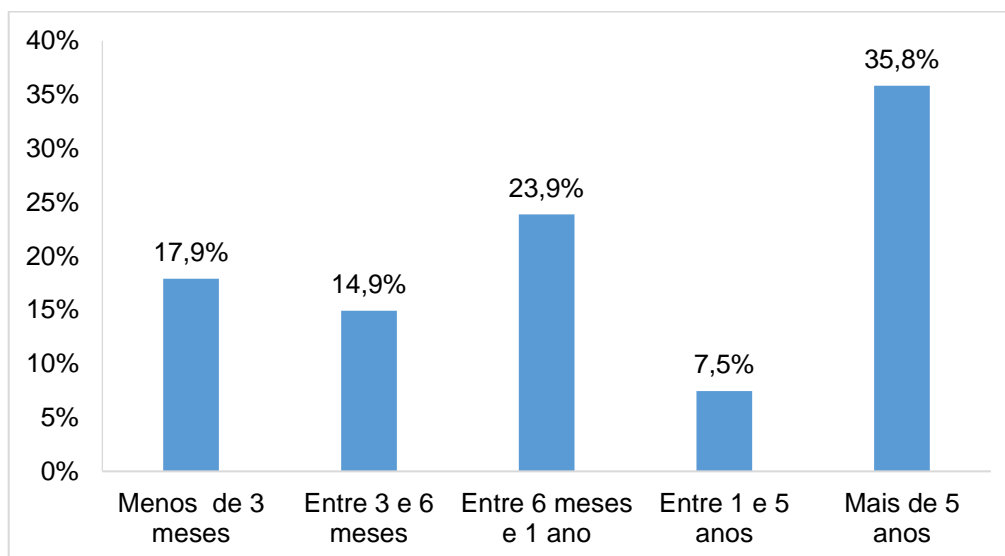


Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n= 295)

Em termos da última visita realizada ao MUHNAC observa-se que 36% dos frequentadores Ocasionais e Frequentes realizou a sua última visita há mais de 5 anos, sendo

esta a resposta mais representativa (gráfico 12). No entanto, verifica-se que 57% da amostra, no dia de preenchimento do questionário tinham visitado o MUHNAC no máximo há 1 ano.

Gráfico 12 – Última visita realizada ao MUHNAC (percentagem)

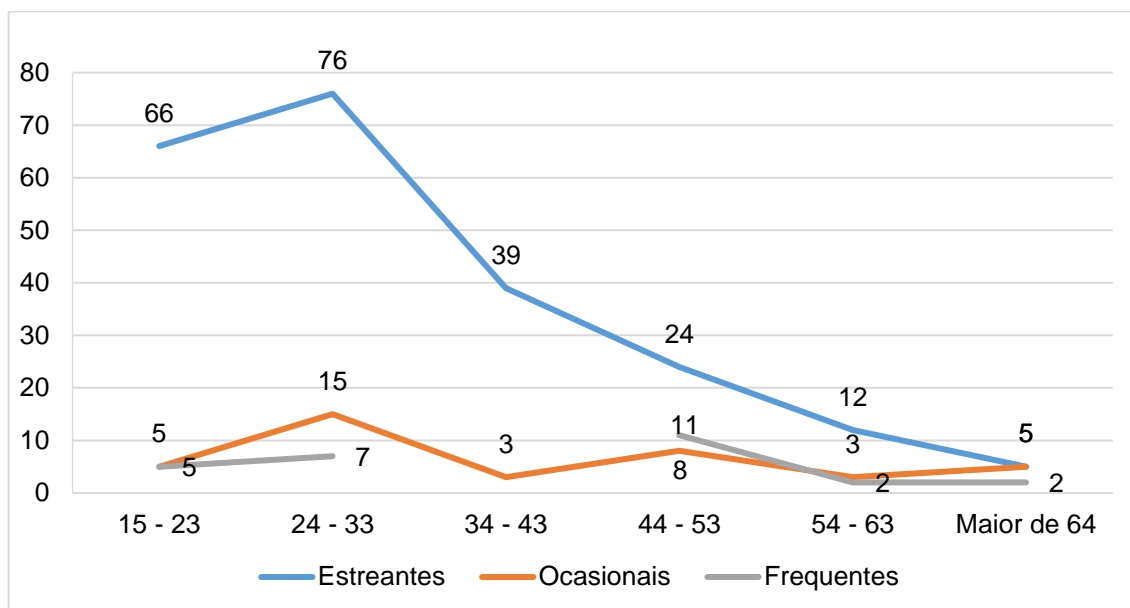


Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n= 67)

Ao cruzar a *Frequência de visita* com a *Idade* obtém-se mais informação acerca dos visitantes do MUHNAC (gráfico 13). Através deste cruzamento infere-se que os *Estreantes* são mais expressivos entre os 15 e os 33 anos, correspondendo a 142 inquiridos e que, nos escalões seguintes o número de *Estreantes* diminui de forma proporcionalmente inversa à *Idade*, isto é, à medida que a *Idade* aumenta o número de *Estreantes* diminui. No que diz respeito aos frequentadores *Ocasionais* estes existem em menor número e estão presentes em todos os escalões etários, sendo mais representativos também no escalão dos 24 aos 33 anos, correspondendo a 15 inquiridos. Ao examinar os visitantes *Frequentes*, é possível verificar que estes não estão presentes no escalão dos 34-43 anos e são em número muito reduzido, mas mais representados do que os *Ocasionais* no escalão de 44-53 anos.

Resumindo, é possível concluir que os frequentadores *Estreantes* são maioritariamente jovens com idades compreendidas entre os 15 e os 33 anos e de nacionalidade estrangeira; os frequentadores *Ocasionais* e *Frequentes* são na grande maioria portugueses que realizaram a sua visita anterior ao MUHNAC há mais de 5 anos ou numa data compreendida entre há 6 meses atrás e 1 ano atrás. Destes visitantes não estreantes, a maioria tem idades compreendidas entre os 24 e os 33 anos, no caso dos *Ocasionais*, e 44 e 53 anos, no caso dos *Frequentes*.

Gráfico 13 – Relação entre Frequência de Visita e Escalão Etário (número absolutos)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n=295)

Resumindo, é possível concluir que os visitantes *Estreantes* são maioritariamente jovens, com idades compreendidas entre os 15 e os 33 anos e de nacionalidade estrangeira, por seu lado, os visitantes *Ocasionais* e *Frequentes* são na grande maioria portugueses que realizaram a sua visita anterior ao MUHNAC há mais de 5 anos ou mais aproximadamente entre há 6 meses e 1 ano atrás. Destes visitantes não estreantes, a maioria tem idades compreendidas entre os 24 e os 33 anos, no caso dos *Ocasionais*, e 44 e 53 anos, no caso dos *Frequentes*.

### III.4 Contexto da Visita

#### III.4.1 Contexto Físico

Na dimensão de análise que diz respeito ao Contexto Físico, o principal aspeto a examinar prende-se com os meios de conhecimento acerca dos quais os inquiridos tiveram conhecimento do MUHNAC e da sua programação.

Analisando os resultados obtidos, percebe-se que 23,1% dos inquiridos obteve informação relativa ao museu através do Website do próprio museu e que 22% refere ter tido conhecimento através da Agenda Cultural de Lisboa. Estes dois meios representam em conjunto 45,1% das respostas (quadro 7).



Quadro 7 – Vertentes e meios de informação sobre o MUHNAC

Vertentes de divulgação	Meios de Informação	%
Específica do MUHNAC	Website	23,1
	Facebook	5,8
	Folhetos/Panfletos	3,4
	Publicidade na rua (cartazes e outdoors)	5,1
	Mailling/Newsletter	2,0
	Instagram do museu	0,0
Informal	Amigos	15,3
	Familiares	10,2
	Professores	3,1
	Colegas	5,4
Mediatizada	Agenda Cultural de Lisboa	22,0
	Imprensa (revistas e jornais)	2,0
	Televisão	1,0
Outras Vertentes	Outras	14,6
	Não sabe/Não responde	7,8

Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n= 295)

Nota: Variável múltipla.

Das restantes opções é de destacar ainda o meio *Informação transmitida pelos Amigos*, apontada por 15,3% dos inquiridos. Dos que assinalaram a opção “Outra” (14,6%), foram identificados através de resposta aberta os seguintes meios: 30% diz ter tido conhecimento do MUHNAC quando passava nas proximidades do museu; outros 30%, através de Blogs de Viagens e Blogs sobre Lisboa; 12% afirma conhecer o MUHNAC e a sua programação através da Universidade (vários referem ter sido através da Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa) e 7% afirma conhecer o museu “ desde sempre”, não sendo capaz de identificar a forma como soube da sua existência.

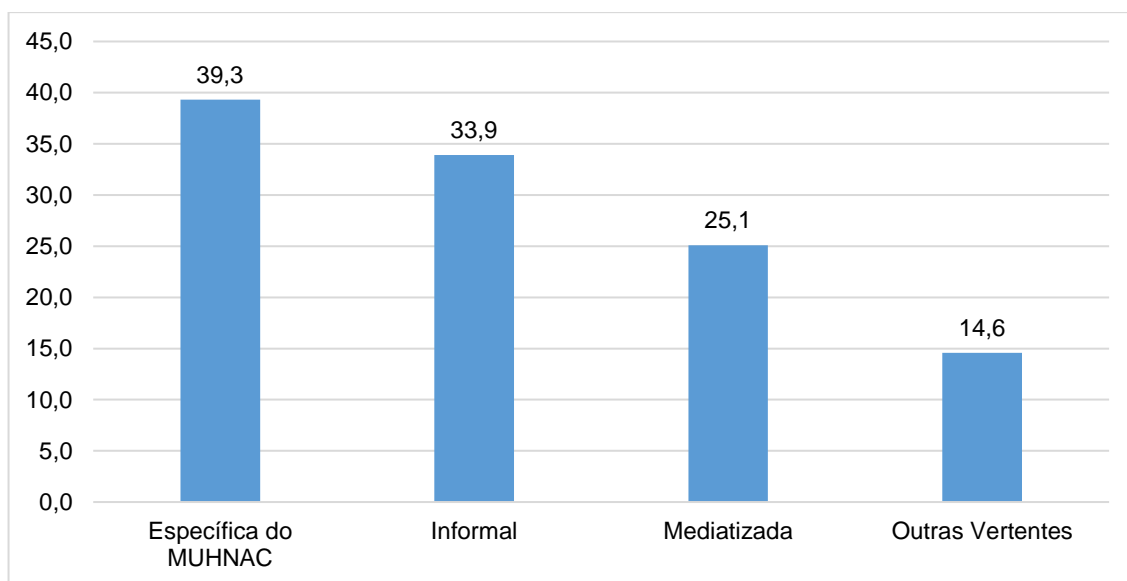
Como é possível verificar os acima, existem inúmeras formas de obter informação acerca do MUHNAC e das suas atividades e exposições. Assim, é possível enquadrar estas formas em quatro vertentes de divulgação<sup>34</sup> – Específica do MUHNAC, Informal, Mediatizada e Outras – utilizando-as como forma de agrupar, clarificar e tornar menos dispersa e mais

<sup>34</sup> Vertentes de divulgação segundo a classificação de Santos et al, 2002: 118-119.

representativa a informação referente às principais formas de obtenção de conhecimento acerca do museu (quadro 10).

Tendo em conta as várias vertentes, conclui-se que 39,3% dos inquiridos obteve a informação através de *Meios Específicos do MUHNAC*, isto é, através de canais ou produtos próprios de museu, tais como o *Website* e a *Página de Facebook*, os *Folhetos* ou *Panfletos* e a *Newsletter* com a programação e ainda através de Publicidade na Rua (cartazes e outdoors). De seguida surgem os visitantes inquiridos que obtiveram informação através de divulgação *Informal*, ou seja, da informação transmitida pelos Amigos, Colegas e Professores, que corresponde a 33,9% do total da amostra. A vertente *Mediatizada*, centrara sobretudo na *Agenda Cultural de Lisboa*, mas também nos media *Imprensa* (jornais e revistas) e *Televisão*, que representa 25,1%. E por último, a vertente *Outras* que engloba respostas como tendo tido conhecimento do MUHNAC quando passava nas proximidades do museu ou através de blogs de viagens ou sobre a cidade de Lisboa.

Gráfico III.14 – Vertentes de divulgação sobre o MUHNAC (percentagem)



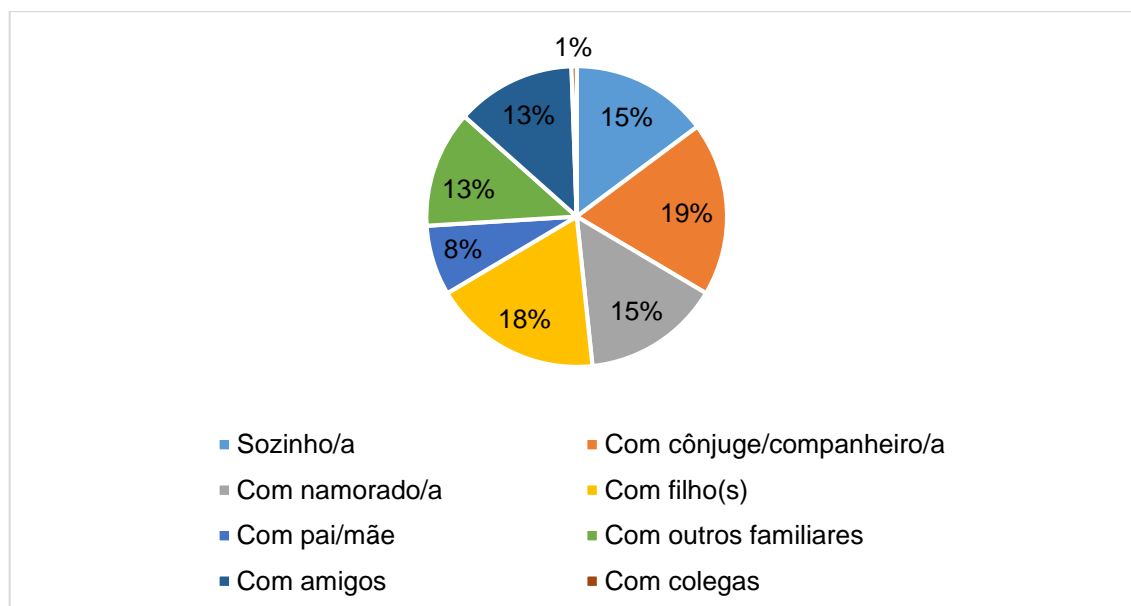
Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n= 295).  
Nota: Variável múltipla.

#### III.4.2 Contexto Temporal e Social

Na seguinte dimensão, contexto temporal e social, o que se pretende analisar é a modalidade de acompanhamento.

A partir dos dados obtidos (gráfico 15) verifica-se que 85% dos inquiridos realizaram a visita acompanhados por pelo menos mais uma pessoa e que apenas 15% o fizeram sozinhos.

Gráfico 15 – Modalidade de acompanhamento (percentagem)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n= 295)

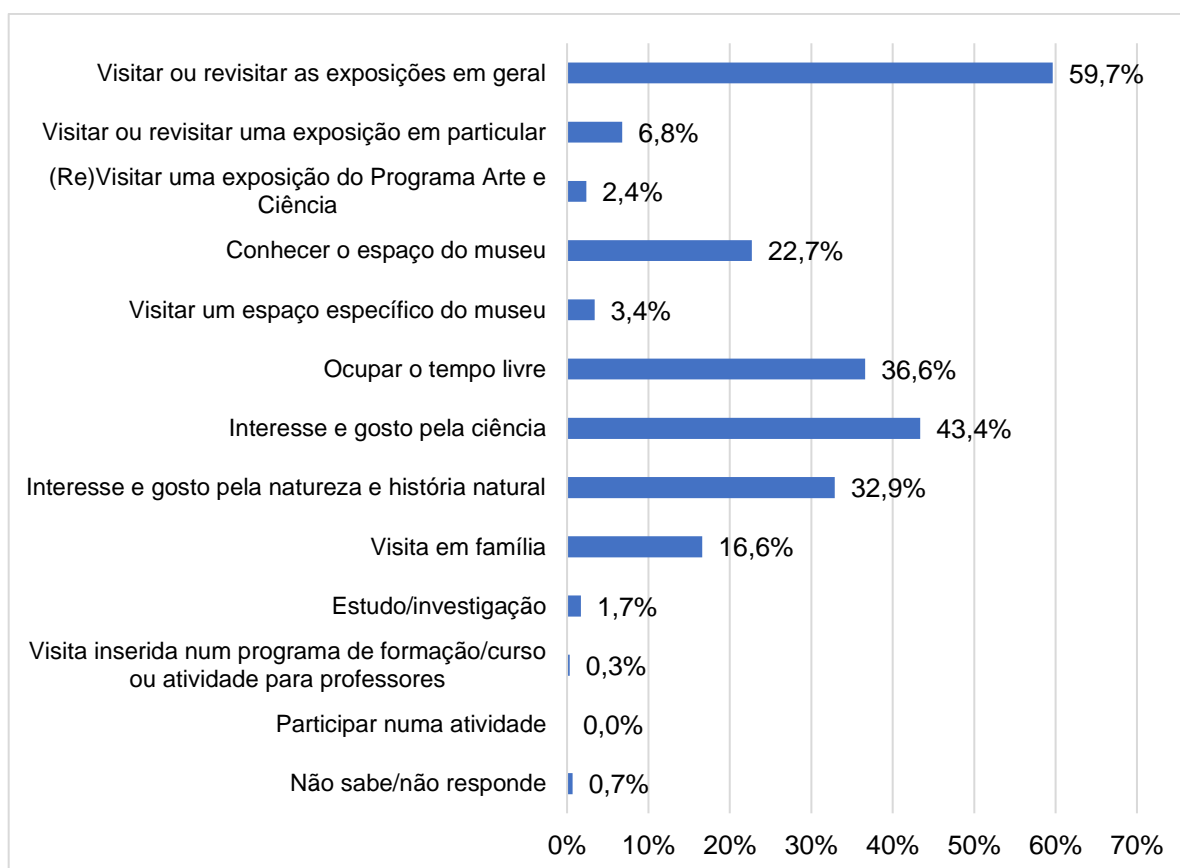
Dos que visitaram o museu acompanhados, as respostas mais significativas são dos que vieram com cônjuge/companheiro (19%), com filhos (18%) ou namorado/a (15%). Constatam-se ainda que um pouco mais de metade dos visitantes inquiridos, correspondendo a 58% da amostra, visitou o MUHNAC em ambiente familiar (acompanhado pelos filhos, cônjuge/companheiro/a, pai/mãe ou outros familiares).

### III.4.3 – Motivações e Expetativas

Neste ponto pretende-se abordar os aspetos relacionados com a identificação das principais motivações e razões para a visita ao MUHNAC, saber qual o grau das expetativas iniciais foram superadas, frustradas ou correspondidas e quais os motivos indicados pelos inquiridos para a realização de uma visita mais frequente ao museu.

Começando pelas principais motivações e razões da visita, as opções são múltiplas, sendo a mais representativa o desejo de *visitar ou visitar as exposições em geral* correspondendo a 59,7% dos inquiridos (gráfico 16). Numa segunda linha de motivos, encontra-se razões mais generalistas, como o *interesse e gosto pela Ciência* (43,4%), *Ocupar o tempo livre* (36,6%) e *Interesse e gosto pela natureza e história natural* (32,9%).

Gráfico 16 – Motivos de visita ao museu (percentagem)



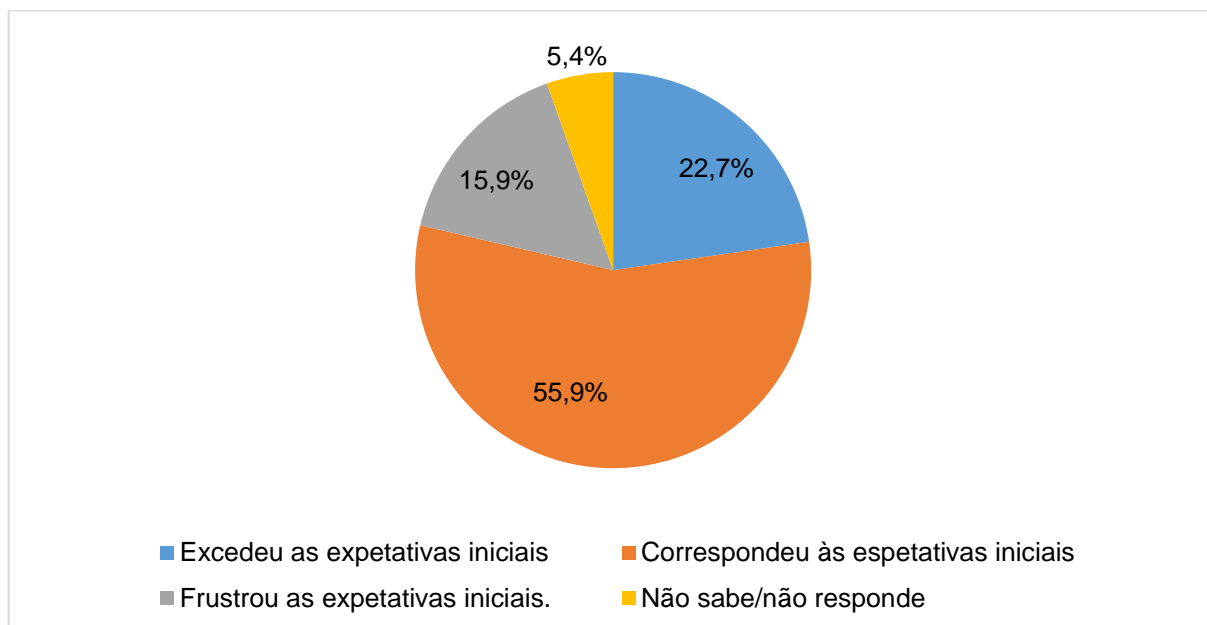
Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n=295).

Nota: Variável múltipla.

Nota ainda para salientar que dos inquiridos que referiram *Visitar ou revisitar uma exposição em particular* (6,8%), é possível verificar que a exposição mais referida é *Dinossauros que viveram na nossa Terra*.

Em relação às expetativas iniciais de visita ao museu, 55,9% dos inquiridos afirma que a visita correspondeu às expetativas iniciais (gráfico 17). Os 22,7% a quem as expetativas foram superadas apresentam como justificação quer o facto de o museu ter mais exposições do que esperavam, como pelos temas abordados nas várias exposições serem interessantes e muito diversificados ou ainda devido ao espaço e arquitetura do museu serem “surpreendentes”. Por outro lado, em relação àquelas cujas expetativas iniciais foram frustradas (15,9%), apresentam como motivos tanto o facto de existirem poucas legendas e da componente interativa ser fraca, como devido à falta de traduções existentes no museu, como ainda pela existência de muitos espaços se encerrados para manutenção e por existir falta de luz nos espaços expositivos.

Gráfico 17 – Expetativas Inicias (percentagem)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n=295)

Uma das formas de poder captar novos públicos ou de fidelizar os que já são frequentadores do museu é a de conhecer quais os motivos que poderiam significar uma visita mais frequente ao MUHNAC (gráfico 18).

Nesse sentido, para 29% dos visitantes inquiridos, o MUHNAC deveria melhorar a sua comunicação e a divulgação fornecendo *mais informação acerca sua da programação (atividades e exposições)* para que o público possa conhecer melhor a oferta cultural no museu. Outra razão que levaria a uma visita mais regular, apontada por 28% da amostra, é a de uma programação mais diversificada, através da realização de *mais atividades (mercados, tertúlias, conferências, palestras, workshops, visitas guiadas, etc.)*. Outras razões apontadas: 25% dos inquiridos refere como necessidade a *existência de mais serviços de apoio ao visitante (cafetaria, restaurante, etc.)*, acreditando que assim existirá uma melhoria na experiência de visita e uma maior contribuição para que a visita possa ser feita com mais calma e conforto; e para 23% é salientada a necessidade de *maior rotatividade de exposições*.

Gráfico 18 – Motivos de visita mais frequente (percentagem)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n=295).

Nota: Variável múltipla.

### III.5 Características da Visita

#### - O decorrer da visita

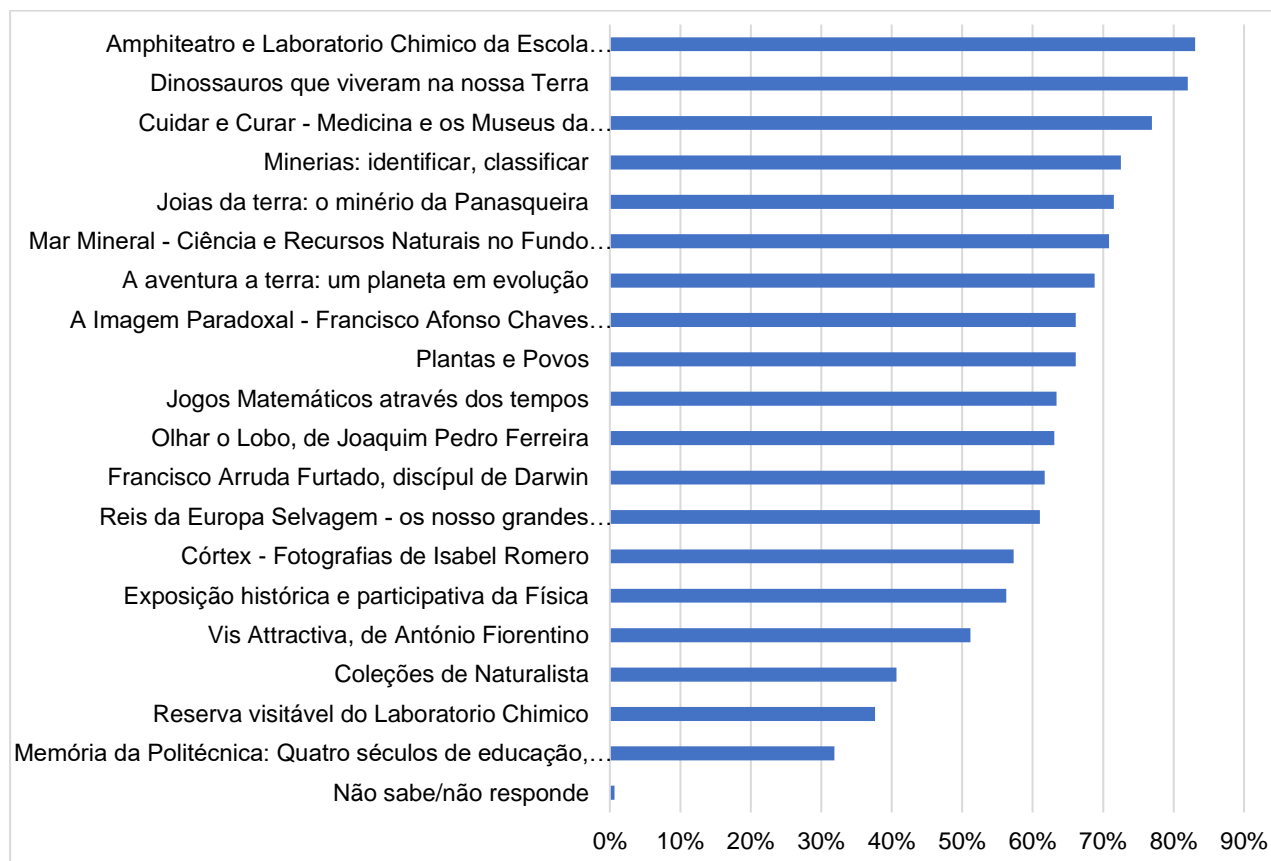
No que diz respeito às características da visita, começa-se por analisar as exposições visitadas pelos inquiridos.

Ao adquirir o bilhete para o museu o visitante tem direito a percorrer um número bastante diversificado de exposições. Com vista a compreender que exposições foram referidas como mais visitadas, o gráfico 19, permite dar conta das opções tomadas por cada um dos inquiridos.

Neste sentido, os resultados mostram que em termos gerais 16 das 19 exposições patentes no museu foram visitadas por mais de metade dos inquiridos. As que registam as percentagens mais elevadas, acima dos 80%, são as exposições *Amphiteatro e Laboratório*

*Químico* (visitado por 83,1% dos inquiridos) e *Dinossauros que viveram na nossa Terra* (com 82%).

Gráfico 19 – Exposições visitadas (percentagem)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n=295)

Nota: Variável múltipla.

No caso do MUHNAC, muito embora, nas quatro mais visitadas, haja duas exposições permanentes (*Amphiteatro e Laboratório Químico* e *Minerais- Identificar e Classificar*) e duas temporárias (*Dinossauros que viveram na nossa Terra* e *Cuidar e Curar- Medicina e os Museus da Universidade de Lisboa*), o estudo realizado mostra que o interesse em visitar as exposições permanentes é menor, quando comparado com as exposições temporárias. Em média, as exposições permanentes são visitadas por 60% dos visitantes, enquanto as temporárias são visitadas por 65%.

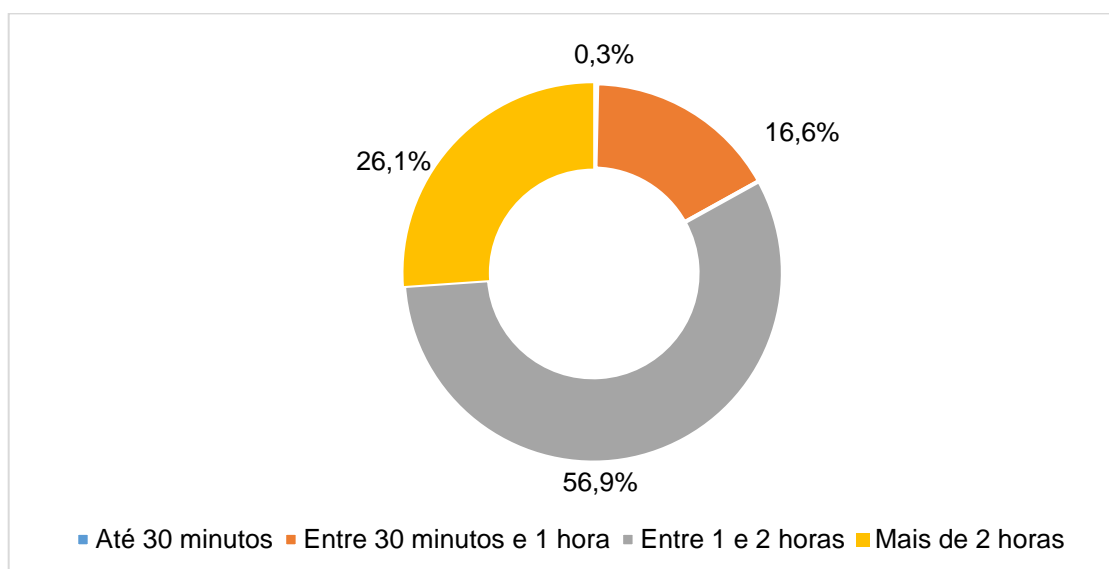
Constata-se também que existem apenas três exposições entre as 19 que foram visitadas por menos de metade dos visitantes: *Coleções de Naturalista* (41%), *Reserva Visitável do Laboratório Chimico* (38%) e *Memória do Politécnico: Quatro Séculos de Educação, Ciência e Cultura* (32%). É de realçar que a primeira exposição encerrou para manutenção durante uma parte da realização dos questionários e que as duas últimas

estiveram a funcionar com horários bastante reduzidos por falta de pessoal, o que poderá ser suficiente para justificar a baixa adesão a estas três exposições.

Relativamente às exposições integradas no *Programa Arte e Ciência*, a média de visitas às mesmas situa-se nos 59%. Ainda assim, no âmbito do programa, a exposição mais visitada foi a *Olhar o Lobo, de Joaquim Pedro Ferreira* (63%) e a menos visitada foi a *Vis Attractiva, de António Fiorentino* (51%).

Relativamente à Duração da visita a maior parte dos visitantes (57%) demorou entre 1 a 2 horas a realizar a visita ao museu (gráfico 20), 26% demorou mais de 2 horas e 17% demorou entre 30 minutos e 1 hora. Apenas um inquirido afirma ter demorado até 30 minutos.

Gráfico 20 – Duração da visita (percentagem)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n=295)

#### - Avaliações e intenções futuras

No questionário foi pedido aos inquiridos que avaliassem o MUHNAC relativamente a um conjunto alargado de aspetos, como forma de conhecer a experiência de visita ao museu e de obter a sua opinião com vista a propor sugestões de melhoramento dos aspetos que fossem avaliados negativamente e de manter os que fossem avaliados de forma positiva.

Nesse sentido, faz-se uma análise da avaliação feita para cada um dos aspetos, de acordo com a escala proposta – Muito elevado, Elevado, Baixo e Muito baixo -, e recorrendo sempre que necessário às opiniões expressas pelos inquiridos na pergunta de resposta aberta, questão foi respondida por 24,6% dos inquiridos. O quadro 8 mostra a distribuição do grau de satisfação dos inquiridos face aos 19 aspetos do MUHNAC propostos.



Quadro 8 - Grau de Satisfação da visita do MUHNAC (percentagem)

Aspetos	Muito elevado	Elevado	Baixo	Muito baixo	Não sabe/ não responde
Horário do museu	23	62	6	1	8
Espaço/Arquitetura do edifício	51	42	5	7	2
Sinalização dentro do museu	14	47	28	7	4
Acessibilidades dentro do museu	8	63	15	3	12
Conforto e serviços oferecidos aos visitantes (espaços de descanso, loja, cafetaria, etc.)	8	39	26	12	13
Atendimento na bilheteira	24	53	8	2	13
Acolhimento por parte dos(s) vigilante(s) da(s) exposição(ões)	23	38	18	7	14
Interesse das exposições	21	61	12	3	3
Iluminação das salas	15	41	32	8	3
Folheto de apoio à visita e textos explicativos das exposições	10	47	24	12	7
Disposição das peças/objetos expostos	16	62	14	6	2
Informação sobre as peças/objetos expostos (legendas/tabelas)	11	49	24	11	6
A componente interativa do museu	14	35	23	16	12
Atividades educativas	10	35	12	5	39
Biblioteca/arquivo histórico	5	17	10	4	64
Estacionamento próximo	5	7	11	16	61
Sinalização externa sobre o museu	9	32	19	6	33
Duração da visita	15	58	12	1	14
Apreciação global da visita	21	60	12	1	6

Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n=295)

No que diz respeito à apreciação global da visita, salienta-se que a avaliação é muito positiva, uma vez que 81% da amostra atribui um grau de satisfação Elevado ou Muito elevado. Das respostas dadas, a opinião situa-se numa visita espantosa e muito interessante considerando uma:

Uma oportunidade espetacular visitar este museu.  
(4 de agosto, masculino, 16 anos, brasileira)

Observando a avaliação realizada para cada um dos outros aspetos, destaca-se os seguintes elementos:

### **Horário do museu**

O horário de funcionamento do museu é avaliado de forma muito positiva (85% atribuem um grau de *Elevado* ou *Muito Elevado*). Em relação a este aspeto não é feita nenhuma referência na pergunta final de resposta aberta.

### **Espaço/Arquitetura do edifício**

A avaliação feita ao espaço e arquitetura do museu é a que regista a avaliação mais positiva, sendo que 51% dos inquiridos consideram *Muito elevada*. Neste caso, os visitantes inquiridos referem que o espaço do museu é “excepcional” e mostram-se surpreendidos pelo facto do Laboratório Químico e Anfiteatro estarem tão bem conservados.

### **Sinalização dentro do museu**

Apesar da sinalização interna ter sido avaliada positivamente, não deixa de se destacar os 36% de inquiridos que atribuíram um grau Baixo ou Muito Baixo. É afirmado que deveria haver mais indicações e sugestões de percurso durante a visita e admitem ter-se sentido muitas vezes perdidos dentro do edifício.

Deveria haver mais sugestões de percurso de visita, pois, devido à arquitetura do edifício, o espaço torna-se confuso.

(26 de julho, masculino, 46 anos, portuguesa)

### **Acessibilidades dentro do museu**

As acessibilidades são também avaliadas de forma positiva e, durante o período de aplicação, surgiu a oportunidade de inquirir diretamente um visitante com mobilidade reduzida que afirmou estar agradado com os apoios que existem no museu e com a disponibilidade e atenção por parte dos vigilantes para que a experiência de visita tenha sido satisfatória. Uma questão que é referida na pergunta de resposta aberta, verificada durante a aplicação, é o facto de o museu não ter elevador para utilização livre dos visitantes o que torna mais difícil a mobilidade para, por exemplo, os pais que transportam cadeirinhas de bebé, o que faz com que muitas vezes tenha de ficar a mãe ou o pai com o bebé no carrinho no piso térreo enquanto a restante família visita as exposições do primeiro piso).

### **Conforto e serviços oferecidos aos visitantes**

Em relação ao conforto e serviços oferecidos ao visitante, a sua avaliação é, na generalizada, positiva (47%), no entanto verifica-se que 27% dos inquiridos atribui um grau de satisfação Baixo. Das opiniões deixadas na pergunta de resposta aberta, quanto a este aspeto, salienta-se sobretudo a necessidade de criar um serviço de cafetaria, tendo-se sugerido até o aproveitamento do claustro como local de funcionamento de uma esplanada da mesma. É de realçar também, a crítica deixada ao facto de a loja do museu estar encerrada ao domingo (uma vez que é um período de grande afluência de público devido à gratuidade da entrada) e no período de almoço durante os dias de semana.

Seria excelente a existência de uma cafetaria no claustro do Museu.  
(3 de agosto, feminino, 48 anos, portuguesa)

A loja não deveria estar fechada ao domingo.  
(8 de agosto, feminino, 50 anos, portuguesa)

Loja fechada a meio do dia porque a funcionária foi almoçar.  
(12 de agosto, masculino, 52 anos, portuguesa)

### **Acolhimento por parte do(s) vigilante(s) da(s) exposições**

Tendo igualmente existido uma avaliação positiva acerca do acolhimento por parte dos vigilantes das exposições é positiva, foram também deixados diversos comentários sobre este aspeto. Um dos mais frequentes é o que diz respeito à falta de vigilantes para dar apoio durante a visita ao MUHNAC e outro, sobretudo entre os inquiridos estrangeiros, ao afirmar a necessidade da existência de mais vigilantes que falem e compreendam o idioma inglês.

O museu deveria ter mais vigilantes de apoio à visita.  
(24 agosto, feminino, 18 anos, portuguesa)

### **Interesse das exposições**

Relativamente às exposições e ao seu interesse, a avaliação é muito positiva, registando este aspeto uma das percentagens mais elevadas, (82% da amostra como *Elevado* ou *Muito Elevado*). A opinião por parte dos inquiridos corrobora aqueles valores ao referirem que as exposições são muito interessantes e os temas abordados diversificados e pertinentes.

### **Iluminação das salas**

A Iluminação das salas é outro dos aspetos que, apesar de maioritariamente avaliado como positivo, apresenta também uma percentagem relevantes de inquiridos cujo grau de satisfação é mais baixo (40% com Baixo ou Muito baixo). Sendo a percentagem de avaliação

negativa muito representativa é importante ter em conta as respostas dadas na pergunta de resposta aberta. Acerca da iluminação das salas os inquiridos afirmam ser necessário:

Melhorar a iluminação das salas para não se confundir com uma sala de cinema.  
(1 de agosto, feminino, 21 anos, portuguesa)

Desisti de ler muitas explicações por falta de luz ou em opção utilizei a lanterna do telemóvel.  
(26 de julho, feminino, 46 anos, portuguesa)

### **Folhetos de apoio à visita e textos explicativos**

No que diz respeito ao Folheto de apoio à visita e aos textos explicativos a avaliação é novamente positiva, 58% dos inquiridos avalia como Elevado ou Muito Elevado). Ainda assim, é importante notar que 36% dos inquiridos avaliam de forma negativa este aspeto. A principal razão apontada como crítica é a relacionada com o facto do mapa do museu, entregue no início da visita, estar desatualizado e pouco explícito quanto à informação existente no museu.

### **Disposição das peças/objetos expostos**

No aspeto relacionado com a *Disposição das peças/objetos expostos*, e à semelhança do que já se verificou com o *Interesse das exposições*, também aqui, é feita uma avaliação positiva, registando 78% das respostas da amostra. Não existe qualquer referência a este aspeto na pergunta final.

### **Informação sobre as peças/objetos expostos (legendas/tabelas)**

A informação constante das legendas/tabelas das peças/objetos expostos é avaliada positivamente por 60% dos inquiridos. No entanto, é mais um dos aspetos com um grau de satisfação menos positivo (35% considerou Baixo ou Muito baixo). Este é mesmo o aspeto mais referido na pergunta de resposta aberta, sobretudo por parte dos visitantes estrangeiros, que salientaram a necessidade urgente de traduzir as informações das exposições patentes no MUHNAC.

There was almost only portuguese signs, almost no english. I can't read portuguese, so if was in english I would have enjoyed it more.  
(1 de agosto, masculino, 30 anos, holandesa)

### **A componente interativa do museu**

A componente interativa do museu é outro dos aspetos que levam os inquiridos a deixar mais comentários no campo das sugestões. A avaliação neste ponto apresenta uma

satisfação mais positiva (49%), mas não deixa de ser relevante a posição contrária, com 39% dos inquiridos a considerar Baixo ou Muito baixo.

As exposições interativas, principalmente a Exposição Participativa de Física, deveriam estar em melhores condições; precisam de manutenção.

(4 agosto, feminino, 16 anos, portuguesa)

### **Atividades educativas**

Tratando-se das atividades educativas refira-se que, por norma, não está programada a ocorrência deste tipo de atividades no museu num dia regular de visita, daí a espetável falta de conhecimento acerca destas iniciativas por parte da maioria dos visitantes. É, no entanto, interessante verificar que o conjunto de inquiridos que tem conhecimento de atividades educativas no MUHNAC as avalia de forma positiva (45% como Elevado ou Muito elevado).

### **Biblioteca / Arquivo Histórico**

Os dois serviços são os que apresentam a maior percentagem na opção *Não sabe/Não responde* (cerca de dois terços da amostra). O motivo prende-se com o facto destes espaços do MUHNAC não estarem abertos ao público para a visita ou frequência, sendo antes necessária a marcação prévia, daí a falta de conhecimento dos mesmos ser tão significativa. Dos que avaliaram, o grau de *Elevado* foi o mais referido (17%).

### **Estacionamento próximo**

O *Estacionamento próximo* é outro dos aspetos que regista uma maior percentagem de inquiridos que assinalaram a opção *Não sabe/Não responde* (61%). É de notar que grande parte destas respostas são dadas por visitantes estrangeiros que não utilizam o carro para se deslocarem dentro da cidade. No entanto, dos inquiridos que responderam verifica-se que um quarto atribui um grau de satisfação negativo, mais significativo no *Muito baixo* (16%).

### **Sinalização externa sobre o museu**

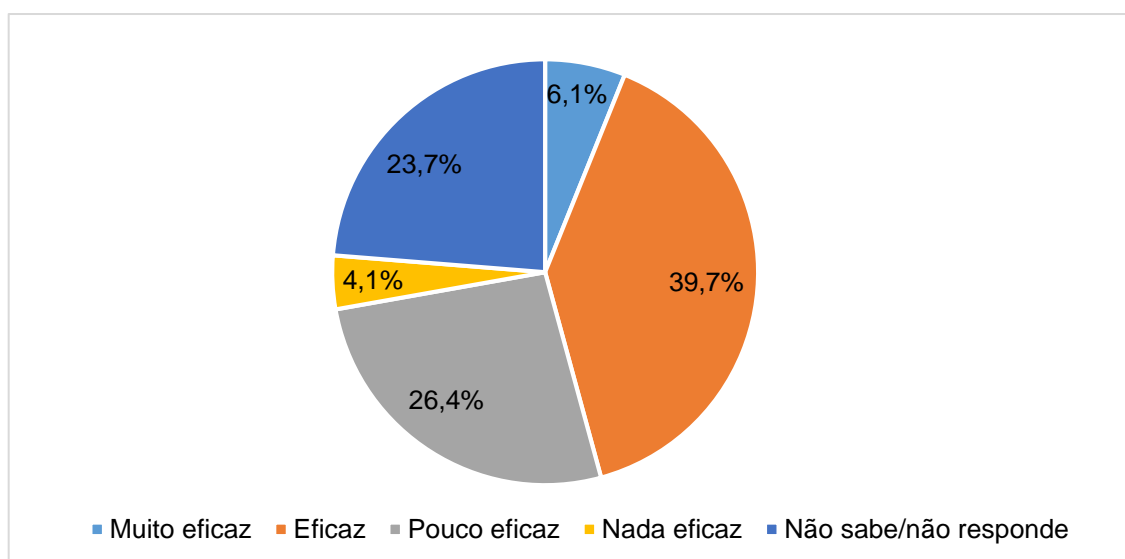
Em relação à *Sinalização externa sobre o museu*, apesar do conjunto de inquiridos que desconhecem ou não respondem (33%), a avaliação realizada é mais positiva (41%) do que negativa (25%). O relativo peso da avaliação negativa deverá ser um alerta, uma vez que a facilidade em localizar o museu poderá ser um fator determinante para o aumento do número de visitantes.

### Duração da visita

O grau de satisfação dos inquiridos face à *Duração da visita* do museu é considerada pela sua maioria como *Elevada* (57%) ou *Muito elevada* (17%). Em relação a este aspeto não existe qualquer referência na pergunta de resposta aberta.

No que diz respeito à avaliação acerca da divulgação (das atividades e exposições) e da comunicação feita pelo MUHNAC, 45,8% avalia-as de forma positiva, com uma maior prevalência do *Eficaz* (39,7%). Por sua vez, 26,4% dos inquiridos ainda considera que a comunicação e a divulgação é *Pouco eficaz*, e 4,1% *Nada eficaz* (gráfico 21).

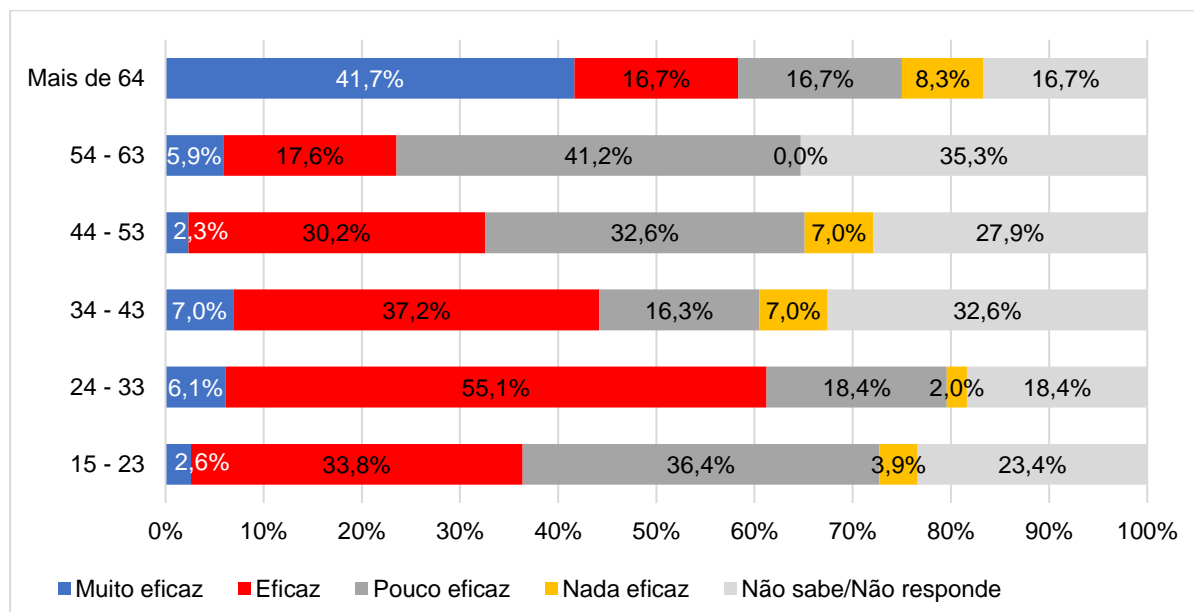
Gráfico 21 – Avaliação da Comunicação (percentagem)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n=295)

Ao cruzar a *Avaliação da comunicação e divulgação* com a *Idade* é interessante compreender que são os inquiridos das faixas etárias mais jovens (entre os 15 e os 33 anos) os que tanto melhor avaliam a forma de comunicação do MUHNAC, podendo ser explicado pela forte presença online nos meios de comunicação do museu, como os que consideram ser *Pouco eficaz* esse meio de comunicar e divulgar a oferta cultural do museu (gráfico 22).

Gráfico 22 – Avaliação da comunicação e divulgação segundo o Escalão Etário (percentagem)



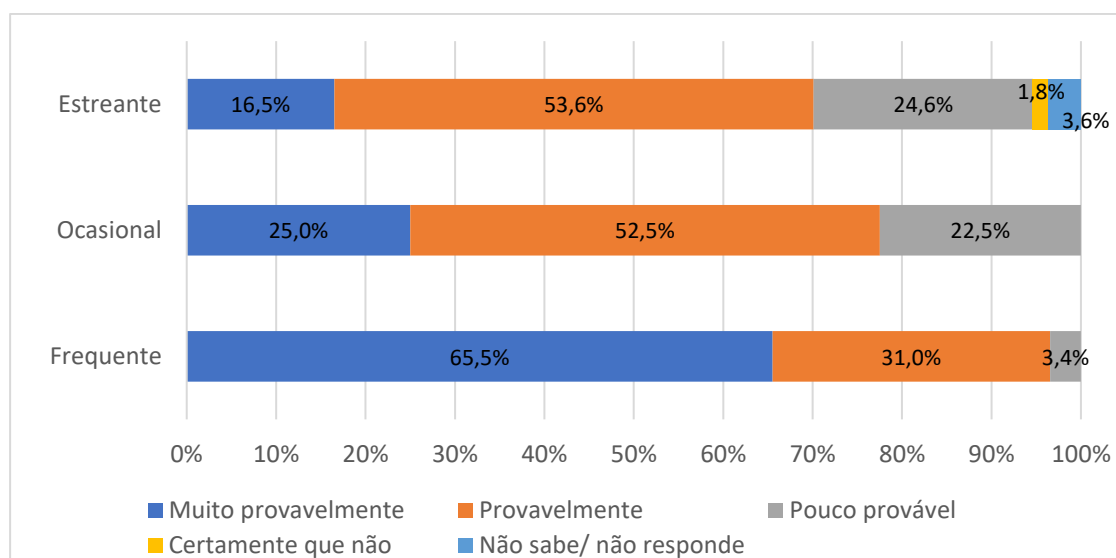
Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n=295)

No que diz respeito à *Intenção de voltar* a visitar o museu verifica-se que 22,4% dos inquiridos afirma que *Muito provavelmente* o irá fazer; 50,8% refere que *Provavelmente* voltará; 22,7% considera *Pouco provável* o regresso ao MUHNAC e apenas 1,4% afirma que *Certamente que não* repetirá a visita ao museu. Assim, conclui-se que 73,2% dos visitantes inquiridos demonstra desejo e intenção de voltar a visitar o MUHNAC.

Ao cruzar as variáveis *Frequência de visita* e *Intenção de voltar* observa-se que 53,6% dos Estreantes afirma que *Provavelmente* irá voltar a visitar o museu. No entanto, constata-se que 26,4% dos mesmos refere *Pouco provável* ou *Certamente que não* relativamente a um regresso ao museu (gráfico 23).

Os visitantes *Frequentes* (recorde-se 9,8% da amostra) apresentam-se realmente fiéis ao museu, visto que todos afirmaram que *Provavelmente* ou *Muito Provavelmente* irá voltar a visitar o museu. Dos frequentadores *Ocasionais*, 77,5% afirmam que irão voltar ao MUHNAC (com maior incidência no *Provavelmente*) e apenas 22,5% considera *Pouco provável* repetir a visita.

Gráfico 23 – Intenção de Voltar a visitar o museu segundo a Frequência de Visita (percentagem)



Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n=295)

Tendo em conta os dados relativos à *Recomendação de Visita ao museu a um amigo ou familiar* os resultados são bastante positivos, 85,8% dos inquiridos considera *Muito provável* ou *Provável* a recomendação de visita, em oposição aos apenas 11,8% que considera *Pouco provável* ou *Certamente que não* a recomendação de visita ao MUHNAC.

Analisando agora a relação entre a *Recomendação de visita a um amigo ou familiar* com a *Apreciação global da visita realizada*, o quadro 9, permite dar conta que quanto mais elevado o grau de satisfação em relação à visita, maior a probabilidade de recomendar a uma outra pessoas uma visita ao museu.

Quadro 9 - Relação de Recomendação de Visita ao museu segundo a Apreciação Global da Visita (percentagem)

Apreciação global da visita	Recomendação de Visita ao museu					Total Geral
	Muito provavelmente	Provavelmente	Pouco provável	Certamente que não	Não sabe/ não responde	
<b>Muito elevado</b>	15,9%	4,4%	-	0,7%	-	<b>21,4%</b>
<b>Elevado</b>	17,3%	36,9%	3,7%	-	2,0%	<b>60,0%</b>
<b>Baixo</b>	1,4%	3,7%	6,1%	-	-	<b>11,5%</b>
<b>Muito baixo</b>	-	-	0,7%	-	-	<b>0,7%</b>
<b>Não sabe/ não responde</b>	3,7%	2,4%	-	-	-	<b>6,4%</b>
<b>Total Geral</b>	<b>38,3%</b>	<b>47,5%</b>	<b>10,8%</b>	<b>1,0%</b>	<b>2,4%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Inquérito aos públicos do MUHNAC (n=295)



Constata-se essa relação direta ao verificar-se que 16% dos inquiridos que recomendariam *Muito provavelmente* a visita ao museu avaliou como *Muito elevado* a visita ou que 37% dos que provavelmente o fariam consideram Elevado a sua apreciação.

É interessante verificar também que 51% dos inquiridos que avaliou a visita ao museu como Baixo recomendaria, mesmo assim, Provavelmente ou Muito provavelmente a realização da visita a um amigo ou familiar.

## CONCLUSÃO

A minha escolha em relação a este espaço museológico recaiu no enorme potencial que considero que este Museu tem, à História tão complexa, rica e interessante que tem o espaço onde o museu se encontra localizado nos dias de hoje, ao facto de este se encontrar no centro da cidade de Lisboa e com isso a grande de públicos ser tão grande e pelo facto de ter realizado neste museu o meu estágio de conclusão de Licenciatura em Ciências da Cultura o que fez com que, desde aí, tenha mantido o meu interesse por este museu e o desejo de lhe fornecer as ferramentas necessárias para melhorar e adaptar à novas exigências, de forma a e fazer jus ao seu potencial.

Nos últimos anos tem-se verificado um aumento do número de visitantes e com isto surgem também vários desafios com que as instituições museológicas se deparam nos dias de hoje. A necessidade de criação de uma oferta programática capaz de atrair novos públicos e de, ao mesmo tempo, fidelizar os já frequentadores, criar e adaptar-se às novas formas de comunicação e divulgação existentes. Por isto, tornam-se cada vez mais essenciais, a realização de estudos de públicos como forma de fornecer ao museu os dados necessários para adaptar a sua estratégia.

Foi essa a principal motivação para a realização desta dissertação, identificar e caracterizar os públicos do Museu Nacional de História Natural e da Ciência.

De acordo com os resultados obtidos e apresentados anteriormente pode concluir-se que os públicos que visitam o MUHNAC são, predominantemente, compostos por pessoas do sexo feminino; com idades compreendidas entre os 24 e os 33 anos; mais de metade (55%), corresponde a visitantes portugueses (sendo que destes, 77% reside na região de Lisboa) e 45% são estrangeiros (provenientes de 30 países diferentes); 49% dos inquiridos é Solteiro; ; predomina os inquiridos com conclusão do grau de Licenciatura, sendo assim um público instruído; um terço da amostra corresponde a Estudantes.

Três quartos dos visitantes 76% visitaram o MUHNAC pela primeira vez, sendo por isso *Estreantes*. A maioria dos públicos obtém a informação acerca da programação e das atividades desenvolvidas pelo MUHNAC através do website do museu ou através da Agenda Cultural de Lisboa. No que diz respeito à modalidade de acompanhamento a maioria realiza a visita acompanhado pelo cônjuge/companheiro/a e visita o museu para *Visitar ou revisitar as exposições em geral*, na maior parte das vezes com duração entre 1 hora e 2 horas. Os inquiridos sugerem, como forma de aumentar a frequência de visita ao museu, que o museu disponibilize mais informação acerca da programação (atividades e exposições) e que desenvolva mais atividades (mercados, tertúlias, conferências, palestras, workshops, etc.).

O presente estudo apresenta como sugestões para futuros trabalhos de investigação acerca do MUNHAC a necessidade a criação de estratégias tanto para fidelizar os públicos

frequentadores do museu como para captação de novos públicos e aumento da notoriedade do museu. Estas, deverão ter em conta alguns dos elementos recolhidos através da análise dos questionários tais como a caracterização sociográfica e as avaliações feitas relativamente ao MUHNAC, à experiência de visita e à comunicação.

Pensa-se igualmente importante refletir sobre a configuração do edifício onde está alojado o museu, repensar as suas potencialidades espaciais para desenvolver diferentes programas de captação de públicos mais virados para atividades culturais de âmbito mais geral, analisar a relação entre a disponibilidade de tempo que o visitante médio despende numa visita a uma instituição com estas características e a oferta expositiva do MUHNAC com o objetivo de manter os critérios científicos da sua missão adaptados a uma realidade social que se vai alterando ao longo do tempo.

Considera-se igualmente importante integrar uma comunicação bilingue (ou ainda mais abrangente) em todo o material informativo (sinalética, tabelas, textos de apresentação e explicativos do acervo exposto e dispositivos multimédia) devido ao crescente número de visitantes estrangeiros resultante, por um lado, do crescente fluxo turístico à cidade e, por outro, da localização do museu no centro histórico de Lisboa.

## BIBLIOGRAFIA

- AAVV (2002), *Encontro Museus e Educação. Actas do coloquio realizado no CCB*, Lisboa, IPM.
- AAVV (2004), *Públicos da Cultura*, Lisboa, Observatório das Actividades Culturais (OAC).
- AAVV (2011), *Conociendo a nuestros visitantes. Estudio de público en museos del Ministerio de Cultura*, Madrid, MC/SGT.
- AAVV (s/d), *Conociendo a todos los públicos. Qué imágenes se asocian a los museos?*, Madrid, MECD
- Almeida, Adriana Mortara (2002), "University art museums in Brazil: in search of new and old audiences", *Museologia*, 2, pp. 109-118.
- Ávila, Patrícia e Paula Castro (2002), "Compreender a Ciência: o Inquérito à Cultura Científica dos Portugueses", em Maria Eduarda Gonçalves (org.), *Os Portugueses e a Ciência*, Lisboa, Dom Quixote.
- Bamford, Anne, Wimmer, Michael (2012), *Audience building and the future Creative Europe Programme*, European Expert Network on Culture (EENC), pp. 79.
- Bourdieu, Pierre (2010[1979]). *A Distinção - Uma Crítica Social da Faculdade do Juízo*, Lisboa, Edições 70.
- Brito, Carlos Melo (coord.) (2013), *Estudo de Públicos da Fundação de Serralves no Âmbito do Projeto Improvisações/Colaborações*, Porto, Fundação de Serralves.
- Bryman, Alan (2012[2001]), *Social Research Methods 4th edition*, Oxford, Oxford University Press.
- Coelho, Teixeira (1997), *Dicionário Crítico de Política Cultural*, Porto Alegre, Iluminuras.
- Camacho, Clara Frayão (coord.), Ana Sofia Gomes, Ângela Silveira, Fernanda Steiger Garção e Sandra Vaz Costa (2015), *Plano Estratégico da Direcção-Geral do Património Cultural 2015-2019*, Lisboa, DGPC.
- Canavarro, José Manuel (2000), *O que se pensa sobre a Ciência*, Coimbra, Quarteto Editora.
- Carvalho, Ana (coord.) (2016), *Participação: Partilhando a Responsabilidade*, Lisboa, Acesso Cultura.
- Carvalho, Carla Raquel Antunes de (2010), *Casa das Histórias Paula Rego – Estratégias comunicacionais e suas implicações nos visitantes*, Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, Lisboa, ISCTE.
- Coelho, Ana Rita (2008), *Experiências de visita a um centro de ciência: um estudo qualitativo sobre o público não-escolar do Pavilhão do Conhecimento – Ciência Viva*, Lisboa, ISCTE.
- Conde, Idalina (coord.) (1992), *Percepção Estética e Públicos da Cultura*, Lisboa, ACARTE/FCG.
- Costa, António Firmino da (1986), "A pesquisa de terreno em Sociologia", em Augusto Santos Silva e José Madureira Pinto (orgs.), *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, Edições Afrontamento, pp.129-148.
- Costa, António Firmino da, Patrícia Ávila e Sandra Mateus (2002), *Públicos da Ciência em Portugal*, Lisboa, Gravida.
- Creswell, John W. (2007), *Qualitative Inquiry and Research Design. Choosing Among Five Approaches*, Thousand Oaks, Londres e Nova Deli, Sage.

- Cury, Marília Xavier (2006), "Comunicação museológica em museu universitário: pesquisa e aplicação no Museu de Arqueologia e Etnologia-USP", *Revista CPC*, 3, pp. 69-90.
- Davies, Stuart (2005), "Still Popular: Museums and their visitors 1994–2004", *Cultural Trends*, 14(1), pp. 67- 105.
- Delicado, A (2013), *O papel educativo dos museus científicos: públicos, atividades e parcerias. Ensino Em Re-Visita*, 20 (1), pp. 43-56.
- Desvallées, A.; Mairesse F. (Edits.) (2013), *Conceitos-chave de museologia* (B. Soares, e M. Cury, Trads.) São Paulo, Armand Colin.
- DiMaggio, Paul (1996). "Introduction", *Poetics*, 24, pp. 81-86
- Donnat, Olivier e Paul Tolila (dir.) (2003), *Le(s) Public(s) de la Culture*, Paris, Presses de Sciences Politiques.
- Duarte, Adelaide Manuela da Costa (2007), *O Museu Nacional da Ciência e da Técnica: no contacto da evolução da Museologia das Ciências. Da ideia do Museu à sua oficialização (1971-1976)*, Coimbra, Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Durão, Marília Sofia Ferreira (2009), *Gestão de Visitantes (uma perspetiva sobre os museus de Portugal)*, Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo, Aveiro, Universidade de Aveiro.
- Eidelman, Jacqueline; Mélanie Roustan e Bernardette Goldstein (eds.) (2007), *La Place des Publics. De L'Usage des Études et Recherches par les Musées*, Paris, La Documentation Française.
- Eidelman, Jacqueline; Michel Van Praët (2000), *La muséologie des sciences et ses publics: regards croisés sur la Grand Galerie de l'Évolution du Muséum National d'histoire naturelle*, Paris, Presses Universitaires de France.
- "Estatuto dos Museus da Universidade de Lisboa. Despacho nº 642/2014". *Diário da República*, 2ª série, nº9, 14 de janeiro de 2014.
- Falk, John H. e Lynn Diane Dierking (1992), *The Museum Experience*, Washington D.C, Whalesback Books.
- Falk, John H. e Lynn D. Dierking (2013), *The Museum Experience Revisited*, Walnut Creek, Left Coast Press.
- Falk, John Howard (2009), *Identity and the museum visitor experience*, Walnut Creek, Left Coast Press.
- Falk, John Howard (2001), *Free-Choice Science Education: How Learn Science Outside of School*, New York, Teachers College/Columbia University.
- Falk, John Howard e Lynn D. Dierking (2000), *Learning from Museums. Visitor Experiences and the Making of Meaning*, Oxford, AltaMira Press.
- Foddy, William (1996[1993]), *Como Perguntar: Teoria e Prática da Construção de Perguntas em Entrevistas e Questionários*, Oeiras, Celta.
- Freitas, E. e Santos, M.L.L (1992a), "Leituras e Leitores II: Reflexões Finais em Torno dos Resultados de Um Inquérito" in *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº11.

- Freitas, E. e Santos, M. L. L (1992b), *Hábitos de Leitura em Portugal; Inquérito Sociológico*, Lisboa, D. Quixote.
- Freitas, Eduardo de, e Patrícia Ávila (2000), *Inquérito à Cultura Científica dos Portugueses 2000*. Relatório Preliminar, Observatório das Ciências e das Tecnologias/MCT.
- Gil, Fernando Bragança (2005), "Museus Universitários: sua especificidade no âmbito da museologia" in *Coleções de ciências físicas e tecnológicas em museus universitários: homenagem a Fernando Bragança Gil*, Alice Semedo e Armando C. F. da Silva (coord.), Porto, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, pp. 33-52.
- Ghiglione, Rodolphe; Matalon, Benjamin (1997), *O Inquérito: Teoria e Prática*, Oeiras, Celta Editora.
- Gomes, Renato Emanuel Nogueira (2013), *Estudo de Públicos do Museu Nacional Machado Castro*, Mestrado em Sociologia, Coimbra, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.
- Gomes, Rui Telmo e Vanda Lourenço (2009), *Democratização Cultural e Formação de Públicos. Inquérito aos "Serviços Educativos" em Portugal*, Lisboa, OAC.
- Gomes, Rui Telmo e Teresa Duarte Martinho (2009), *Trabalho e Qualificação nas Atividades Culturais*, Lisboa, OAC – Observatório das Actividades Culturais.
- Gonçalves, Maria Eduarda (org.) (2002), *Os Portugueses e a Ciência*, Lisboa, Dom Quixote.
- Habib, Marie-Claire, "Sur quelques questions de méthode à propos des études qualitatives des publics de la Cité des Sciences et de l'industrie", em Oliver Donnatt e Sylvie Octobre (coord.) (2001), *Les Publics des Équipements Culturels. Méthodes et Résultats d'Enquêtes*, Paris, DEP/Ministère de la Culture.
- ICOM – The International Council of Museums (2001), "Development of the definition according to ICOM statutes (1946-2001)", ICOM, [http://icom.museum/hist\\_def\\_eng.html](http://icom.museum/hist_def_eng.html).
- Hill, Manuela Magalhães; Hill, Andrew (2000), *Investigação por questionário*, Lisboa, Edições Sílabo, Lda.
- Gonçalves, Alexandra Rodrigues (2007), "Museus, Turismo e Território: como podem os equipamentos culturais tornar-se importantes atrações turísticas regionais!" in *International Tourism Congress of Leiria and Oeste*, Peniche, Portugal.
- Hood, Marilyn G. (1983), "Staying away: why people choose not to visit museums", *Museum News*, 6(4), pp. 50-57.
- Hooper-Greenhill, Eileen (1998), *Los Museos y sus visitantes*, Gijón, Ediciones Trea.
- Hopper-Greenhill (2011), "Studying Visitors", em Sharon Macdonald (org.) *A Companion Museum Studies*, Oxford, Blackwell Publishing.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos, Baptista Lucio, María del Pilar (2013), *Metodología de Pesquisa*, Porto Alegre, Penso Editora, LTDA.
- Jacobi, Daniel e Jason Luckerhoff (eds.) (2012), *Looking for Non-Publics*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- Jenkins, Sarah e Angela Daly (2013), *UCL Museums - Audience Research*, Londres, Jenesys Associates, 31 pp., disponível no endereço [www.jenesysassociates.co.uk](http://www.jenesysassociates.co.uk).

- Julião, Leticia (2000), "Apontamentos sobre a História do Museu", obtido em 2 de agosto de 2017, em [http://www.cultura.mg.gov.br/arquivos/Museus/File/cadernodiretrizes/cadernodiretrizes\\_segundaparte.pdf](http://www.cultura.mg.gov.br/arquivos/Museus/File/cadernodiretrizes/cadernodiretrizes_segundaparte.pdf).
- Ladkin, Nicola (2008), "Securing the mission through strategic planning", *University Museums and Collections Journal*, 1/2008, pp. 9-13.
- Lehalle, Evelyne e outros (1993), *Musées et Visiteurs: um Observatoire Permanent des Publics*, Paris, Direction des Musées de France.
- Lindelof, Anja Mølle (2014), "Audience development and its blind spot: a quest for pleasure and play in the discussion of performing arts institutions", *International Journal of Cultural Policy*, 21(2), pp. 200-218.
- Lourenço, Vanda Maria dos Santos (2008), *Sentido(s) do conceito de democratização cultural: a formação de públicos para a cultura*, Mestrado em Comunicação Cultural e Tecnologias de Informação, Lisboa, ISCTE, pp. 206.
- Lopes, João Teixeira (2004), "*Experiência Estética e Formação de Públicos*", em AAVV, *Públicos da Cultura*, Lisboa, OAC, pp. 43-54.
- Lopes, João Teixeira (1996), "*Alguns contributos para o (re)pensar da noção de recepção cultural*". *Cadernos de Ciências Sociais*, 15-16, pp. 121-131.
- Magalhães, Fernando (2005), *Museus, Património e Identidade: Ritualidade, Educação, Conservação, Pesquisa, Exposição*, Porto, Profedições, p. 29.
- Mantecón, Ana Rosas (2009), "O que é o Público?", *Poiésis*, 14, pp. 175 – 215.
- Matos, Joana Isabel Barreiro Alves de (2009), *Visita aos museus: expectativas e percepções, a experiência de consumo e factores críticos de satisfação*, Mestrado em Marketing, Lisboa, ISEG.
- Neves, José Soares (2004), *Constituição de redes de equipamentos e seus impactos: o caso da RPM*. EM AAVV, *Públicos da Cultura* (pp.223-240), Lisboa: OAC.
- Neves, José Soares, Jorge Santos e Joana Nunes (2008), "Os Museus em Portugal: Políticas culturais e dinâmicas do sector em Portugal nos anos mais recentes", comunicação apresentada no VI Congresso Português de Sociologia, UNL-FCSH, 25 a 28 de Junho de 2008, Lisboa.
- Neves, José Soares, Jorge Alves dos Santos e Maria João Lima (2013), *O Panorama Museológico em Portugal. Os Museus e a Rede Portuguesa de Museus na Primeira Década do Século XXI*, Lisboa: Direção Geral do Património Cultural.
- Nunes, Isabel Maria da Silva (2013), *Estudo de públicos visitantes da Casa das Histórias Paula Rego e reacção à introdução de acesso pago*, Mestrado em Gestão Cultural, Lisboa, ISCTE.
- Pais, José Machado (coord.) (1994), *Práticas Culturais dos Lisboaetas: Resultados do Inquérito Realizado em 1994 aos Habitantes de Lisboa*, Lisboa, Edições do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.
- Pimentel, Cristina (2005), *O Sistema Museológico Português (1833-1991)*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.

Proença, Raúl (1991) *Guia de Portugal. I. Generalidades. Lisboa e Arredores*, 3ª edição, Lisboa, Biblioteca Nacional.

Quivy, Raymond e Luc Van Campenhoudt (1992), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa, Gradiva.

Rivière, Georges Henri (1993), "La Museología". Curso de Museología. Textos y testimonios. Madrid, Ediciones Akal, SA.

Santana, Ana Patrícia dos Santos (2010), *Estúdo de Públicos do Museu de São Roque*, Mestrado em Museologia, Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas.

Santos, Eloísa (2000), *Estúdios de visitantes em museos: metodologia y aplicaciones*, Gijón, Ediciones Trea.

Santos, Eloísa Pérez, "Pasado, presente y futuro nos de los estúdios de publico en museos: êxitos y decepciones." In VIII Coloquio Galego de Museos. Os museos e o seu público (Ponteareas, 30 de setembro, 1 e 2 de outubro de 2004). Santiago de Compostela: Consello Galego de Museos, 2006.

Santos, Jorge Alves dos e José Soares Neves (2005), *Os Museus Municipais de Cascais*, Lisboa, Observatório das Atividades Culturais.

Santos, Joana Cristina (2014), *Públicos dos Museus: um estudo qualitativo sobre as visitas em família – o caso do Museu da Eletricidade*, Mestrado em Gestão e Estudos da Cultura, Lisboa, ISCTE.

Santos, Jorge Augusto Mendes Dias dos Santos (2014), *Público(s) de Arte Contemporânea A Exposição Joana Vasconcelos no Palácio Nacional da Ajuda*, Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, Lisboa, ISCTE.

Santos, Maria de Lourdes Lima dos (2004), "Apresentação", em AAVV, *Públicos da Cultura*, Lisboa, OAC, pp. 7-16.

Santos, Maria de Lourdes Lima dos (coord.), José Soares Neves, Maria João Lima e Margarida Carvalho (2007), *A Leitura em Portugal*, Lisboa, GEPE.

Santos, Helena (2008), "Públicos culturais: Algumas notas com museus em fundo", *Museologia.pt*, 2, pp. 77-89.

Santos, Maria de Lourdes Lima dos (2012), *Sociologia da Cultura. Perfil de Uma Carreira*, Lisboa, ICS.

S/Autor (2016), *Resultados globais do Estudo de Públicos de Museus Nacionais*, Lisboa, DGPC. (online)

Santos, Maria de Lourdes Lima dos (coord.), Rui Telmo Gomes, José Soares Neves, Maria João Lima, Vanda Lourenço, Teresa Duarte Martinho e Jorge Alves dos Santos (2002), *Públicos do Porto 2001*, Lisboa, OAC.

Silva, Augusto Santos e José Madureira Pinto (coords.) (1990[1986]), *Metodologia das Ciências Sociais*, Porto, Afrontamento.

Silva, Augusto Santos e Helena Santos (1995), *Prática e Representação das Culturas: Um Inquérito na Área Metropolitana do Porto*, Porto, Centro Regional de Artes Tradicionais.

Simon, Nina (2010), *The Participatory Museum*, Santa Cruz, Museum 2.0.



Simon, Nina (2016), *The Art of Relevance*, Santa Cruz, Museum 2.0.

Simplício, Susana (2010), *Públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado*, Mestrado em Comunicação Cultural e Tecnologias de Informação, Lisboa, ISCTE.

Sousa, Maria Margarida Vigário de (2015), *Público(s) do Museu Calouste Gulbenkian*, Mestrado em Gestão e Estudos da Cultura, Lisboa, ISCTE.

Warner, Michael (2002), "Publics and Counterpublics", *Public Culture*, 14(1), pp. 49-90.

### **Fontes**

Despacho Normativo n.º 5 – A/2013, de 19 de abril [Estatutos da Universidade de Lisboa].

Decreto-Lei n.º 47/2004, de 19 de agosto [Lei Quadro dos Museus Portugueses].

Despacho n.º 642/2014, de 14 de janeiro [Estatutos dos Museus da Universidade de Lisboa].

Despacho n.º 8890/2002, de 30 de abril [Estatuto de Centro Ciência Viva].

INE (2009), Inquérito aos Museus – Documento Metodológico, versão 3.1, Lisboa, Instituto Nacional de Estatística, IP.

INE (2015), *Estatísticas da Cultura 2014*, Lisboa, Instituto Nacional de Estatística, IP.

INE (2016), *Estatísticas da Cultura 2015*, Lisboa, Instituto Nacional de Estatística, IP.

“O Diário do Governo” in *Diário de Notícias*, 14 de Maio de 1911, consultado em 12/04/2017.

### **Webgrafia**

Ashmolean website, [www.ashmolean.org/history-ashmolean](http://www.ashmolean.org/history-ashmolean), consultado em 10/05/2017

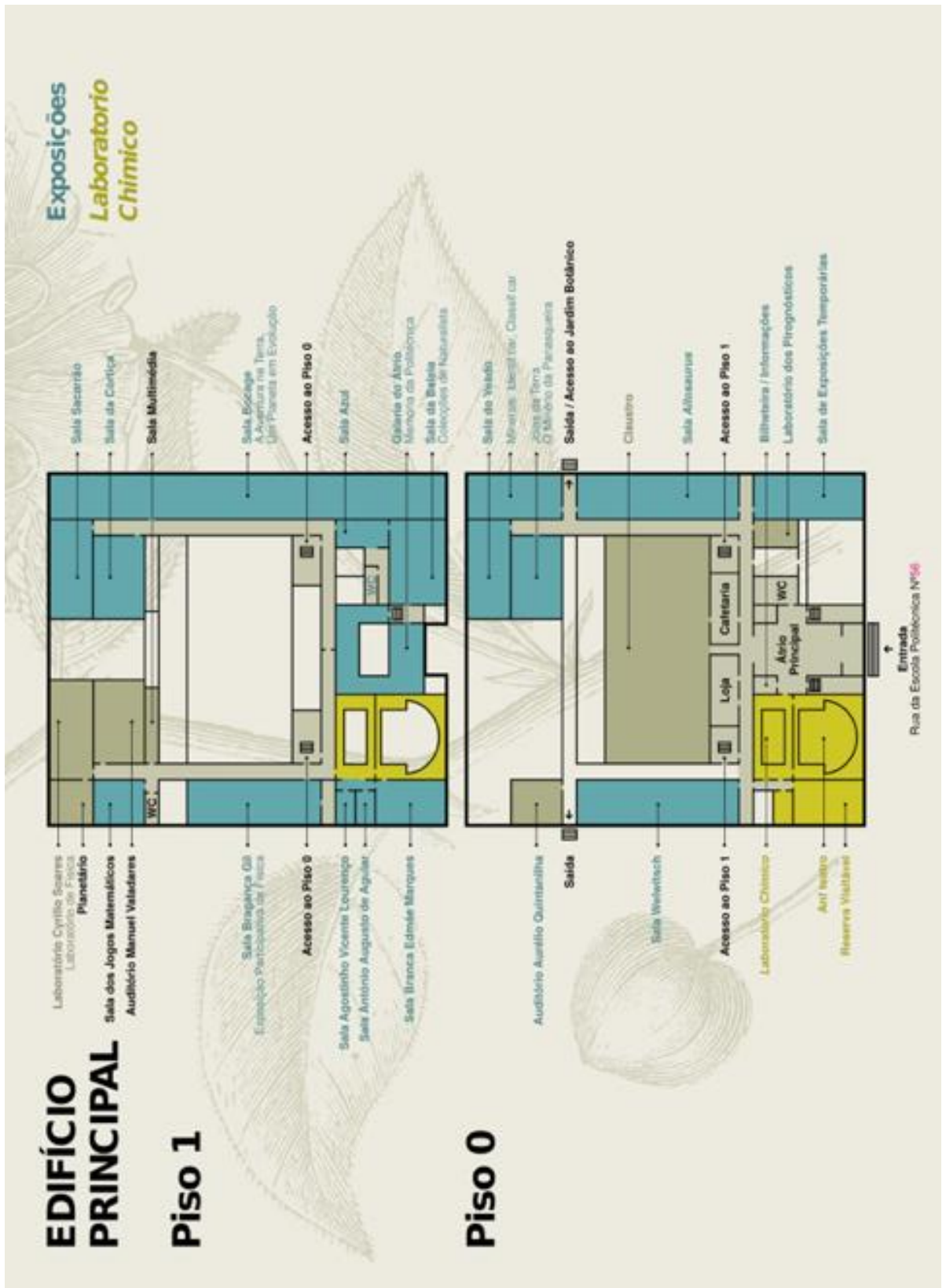
ICOM – The International Council of Museums, [www.icom.museum](http://www.icom.museum)

ICOM Portugal, [www.icom-portugal.org](http://www.icom-portugal.org)

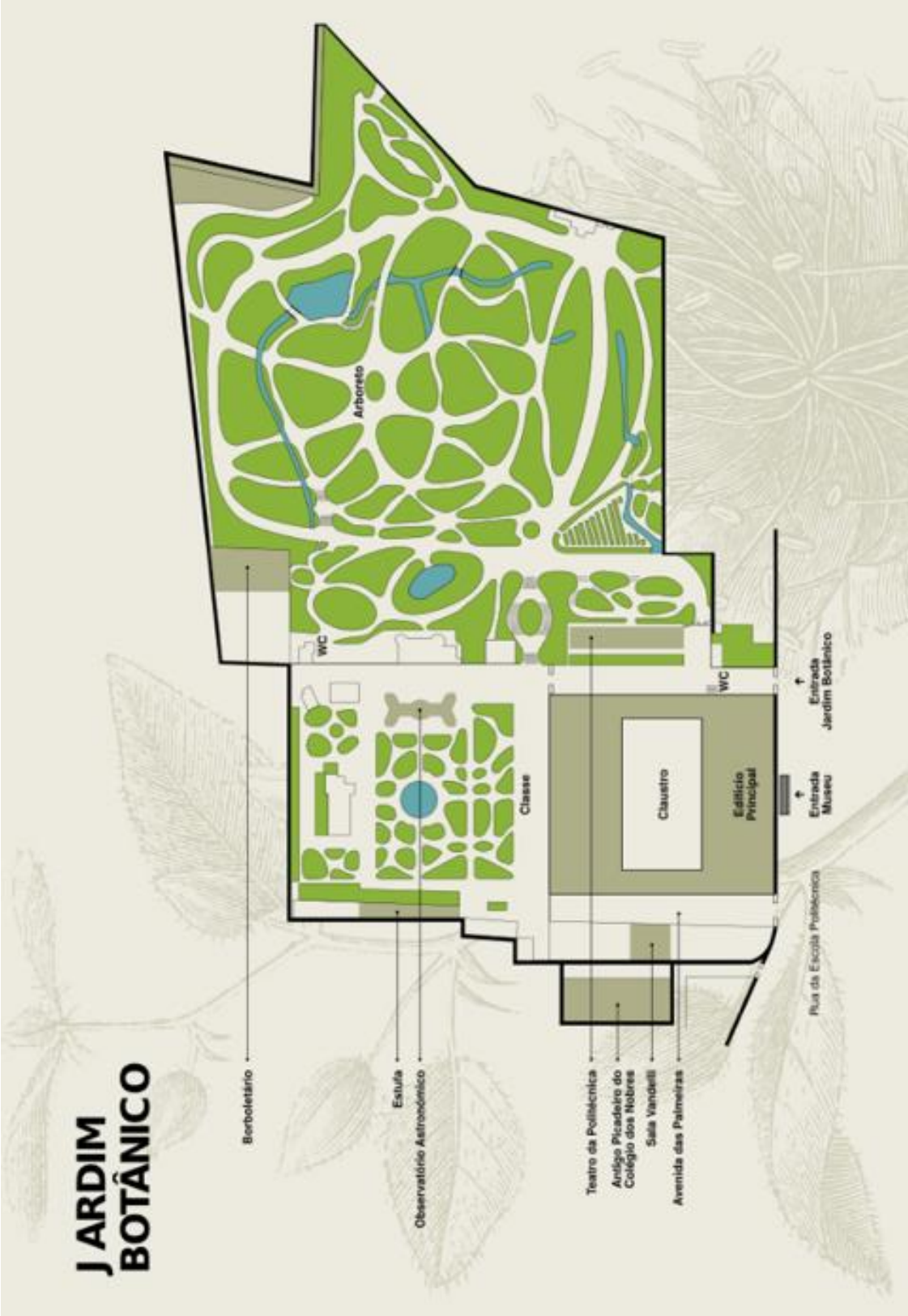
MUHNAC <http://www.museus.ulisboa.pt/>

# ANEXOS

## Anexo A – Planta do MUHNAC (edifício principal)



Anexo B – Planta do Jardim Botânico



## Anexo C – Atividades desenvolvidas pelo MUHNAC

Fim de semana no museu				
<b>Química</b> 	1º sábado de out, jan, mar e mai	<b>Laboratório Chimico</b> Visita ao <i>Laboratório Chimico</i> onde falaremos das aulas de Química e dos objetos e equipamentos científicos usados no ensino do séc. XIX.	11:30-13:00	Público em geral e famílias com crianças a partir dos 10 anos
<b>Visitas Temáticas</b> 	1º sábado de nov, fev, abr e jun	<b>Memória da Politécnica: quatro séculos de educação, ciência e cultura</b> Esta exposição explora a história do lugar onde hoje está instalado o MUHNAC; desde a fundação do Noviciado da Cotovia, passando pelo Colégio dos Nobres, pela Escola Politécnica de Lisboa e Faculdade de Ciências da ULisboa.	11:30-13:00	Público em geral e famílias com crianças a partir dos 12 anos
<b>Parceria Museu de São Roque</b> 	1º sábado do mês	<b>Há fósseis na 7ª colina</b> Expedição que parte do Museu Nacional de História Natural e da Ciência em busca de fósseis, com destino ao Convento de São Pedro de Alcântara e à Igreja de São Roque.	15:00-17:00	Famílias com crianças a partir dos 6 anos
<b>Astronomia</b> 	1º domingo do mês	<b>Histórias de Estrelas e Planetas!</b> Sessão de Planetário: Histórias que deram origem a constelações. A orientação pelas estrelas com referências às navegações portuguesas. A Lua e os planetas no céu de Portugal.	11:30-13:00	Crianças e público jovem acompanhados pelas famílias
<b>Astronomia</b> 	1º domingo do mês	<b>A olhar para o céu!</b> Sessão de Planetário: O que estamos a ver quando olhamos para o céu? Na sessão, partimos do céu visível a olho nu, iremos das estrelas até às galáxias próximas e mais distantes.	16:30-18:00	Público em geral
<b>Parceria Little Lisbon</b> 	2º sábado do mês	<b>Do museu para a rua</b> Visitas que partem do MUHNAC   Jardim Botânico de Lisboa para a sua envolvente, passando por monumentos e jardins, pela calçada portuguesa, pelo comércio, pela arquitetura e pela ciência, claro!	15:00-17:00	Famílias com crianças dos 6 aos 12 anos (15€ família. Preço próprio LL.)
<b>Parceria CerCiência</b> 	2º sábado de mar, abr, mai, set e out	<b>Peddy paper no Jardim Botânico Tropical: Plantas à mesa</b> Seguindo pistas e resolvendo enigmas vamos conhecer melhor algumas plantas que habitualmente vemos à mesa!	15:00-17:00	Famílias com crianças a partir dos 6 anos (4€/pax · Preço próprio CerCiência)
<b>Visitas Temáticas</b> 	3º domingo do mês	<b>Do Big Bang ao Observador Cósmico</b> A sucessão de eventos astronómicos, geológicos e biológicos que antecedem o aparecimento do ser humano...	16:00-17:30	Público em geral e famílias com crianças a partir dos 10 anos
<b>Parceria Museu da Água</b> 	4º sábado do mês do mês (exceto ago e nov-fev)	<b>Praças, jardins e água</b> Venha conhecer o Jardim Botânico de Lisboa e a história associada às praças, jardins e água na sétima colina, atravessando a galeria subterrânea do Loreto (entrada no jardim do Príncipe Real e saída em São Pedro de Alcântara).	15:00-17:00	Público em geral e famílias com crianças a partir dos 10 anos (3€/pax · MUHNAC 3€/pax · Museu da Água)
<b>Matemática</b> 	4º sábado do mês a partir de out	<b>Tardes com Matemática</b> Venha desafiar-se, divertir-se e descobrir a matemática que o rodeia! Jogos e desafios, Matemática nas dobras de papel, Rota das Simetrias pela Calçada Portuguesa de Lisboa, Matemática das plantas do Jardim Botânico, Cálculos de ourtara e Matemática histórias, entre outros temas.	15:00-16:30	Público em geral e famílias

## Anexo D – Modelo de Análise

Grande grupo	Grupo	Dimensão	Indicadores	Questões
CARACTERIZAÇÃO SOCIOGRÁFICA	História pessoal	Perfil sociográfico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sexo</li> <li>• Idade</li> <li>• Nacionalidade</li> <li>• Local de residência</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 14</li> <li>• 15</li> <li>• 16</li> <li>• 17</li> </ul>
		Contexto familiar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estado civil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18</li> </ul>
		Escolaridade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grau de escolaridade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 19</li> </ul>
			Categoria socioprofissional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profissão</li> <li>• Condição perante o trabalho</li> </ul>
RELAÇÃO COM O MUHNAC	Relação prévia com o MUHNAC		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relação prévia com o MUHNAC – visitas anteriores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1/2</li> </ul>
CONTEXTO DA VISITA	Contexto físico	Elementos organizadores e orientadores/facilitadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notoriedade e meios de conhecimento acerca do MUHNAC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 11</li> </ul>
	Contexto temporal e social		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Data/dia da semana</li> <li>• Afluência de visitantes</li> <li>• Modalidade de acompanhamento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• .</li> <li>• .</li> <li>• 4</li> </ul>
	Motivações e expetativas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Motivos para visita mais frequente</li> <li>2. Motivações e expetativas da visita</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motivas para visita mais frequente</li> <li>• Motivações e razões da visita</li> <li>• Expetativas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 13</li> <li>• 6</li> <li>• 8</li> </ul>
CARATERÍSTICAS DA VISITA	O decorrer da visita		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposições visitadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3</li> </ul>

		Tempo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Duração da visita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5</li> </ul>
	Avaliações e intenções futuras	Avaliação da visita, do conteúdo expositivo e da comunicação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfação com a visita em geral</li> <li>• Avaliação de outros aspetos</li> <li>• Avaliação da comunicação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 7</li> <li>• 7</li> <li>• 12</li> </ul>
		Intenções futuras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intenção de voltar o MUHNAC</li> <li>• Recomendação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 9</li> <li>• 10</li> </ul>
SUGESTÕES			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sugestões acerca do museu e da visita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 22</li> </ul>

## Anexo E – Questionário aos públicos do MUHNAC (versão em português)

### Inquérito aos públicos do Museu Nacional de História Natural e da Ciência (MUHNAC)

[A preencher pelo entrevistador] Questionário nº \_\_\_\_ Data \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / 2017 Manhã/Tarde

Este inquérito insere-se no âmbito de uma Dissertação de Mestrado em Empreendedorismo e Estudos da Cultura, do ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa. As respostas são anónimas e o seu preenchimento apenas ocupará alguns minutos.

#### **Agradecemos desde já a sua disponibilidade.**

Para responder a cada questão, coloque um "X" na(s) caixa(s) correspondente(s) à(s) opção(ões) que mais se adequa(m), ou escreva a sua resposta, quando solicitada, conforme o exemplo:

A visita ao museu:

- Excedeu as expectativas iniciais  
Porquê? Gostei do espaço.
- Correspondeu às expectativas iniciais  
Porquê?
- Não sabe/não responde

### QUANTO À VISITA DE HOJE \_\_\_\_\_

#### 1. Visita hoje o museu pela:

- 1 1ª vez → (passar para a 3.)
- 2 2ª ou 3ª vez
- 3 4ª vez ou mais
- 0 Não se lembra/não responde

#### 2. Quando foi a última vez que visitou o museu? (excluindo a visita de hoje)

- 1 Menos de 3 meses
- 2 Entre 3 e 6 meses
- 3 Entre 6 meses e 1 ano
- 4 Entre 1 e 5 anos
- 5 Mais de 5 anos
- 0 Não se lembra/não responde

#### 3. Que exposição(ões) visitou hoje?

##### Exposições temporárias:

- 1 *Dinossauros que viveram na nossa Terra*
- 2 *Cuidar e Curar – Medicina e os Museus da Universidade de Lisboa*
- 3 *Francisco Arruda Furtado, discípulo de Darwin*
- 4 *A Imagem Paradoxal - Francisco Afonso Chaves (1857-1926). Parte II*
- 5 *Olhar o Lobo, de Joaquim Pedro Ferreira*
- 6 *Córtex - Fotografias de Isabel Romero*
- 7 *Vis Attractiva, de António Fiorentino*

##### Exposições permanentes:

- 8 *Amphiteatro e Laboratório Chimico da Escola Politécnica*
- 9 *Reserva visitável do Laboratório Chimico*
- 10 *Jogos Matemáticos através dos tempos*
- 11 *Exposição histórica e participativa de Física*
- 12 *Coleções de Naturalista*
- 13 *A aventura da terra: um planeta em evolução*

14	<i>Reis da Europa Selvagem – os nossos últimos grandes carnívoros</i>
15	<i>Jóias da terra: o minério da Panasqueira</i>
16	<i>Minerais: identificar, classificar</i>
17	<i>Memória da Politécnica: Quatro séculos de educação, ciência e cultura</i>
18	<i>Plantas e Povos</i>
19	<i>Mar Mineral - Ciência e Recursos Naturais no Fundo do Mar</i>
0	Não sabe/não responde

**4. Com quem veio visitar o museu?**

*(pode assinalar mais do que 1 opção)*

1	Sozinho/a
2	Com cônjuge/companheiro/a
3	Com namorado/a
4	Com filho(s)
5	Com pai/mãe
6	Com outros familiares
7	Com amigos
8	Com colegas
9	Com grupo organizado
0	Não sabe/não responde

**5. Qual foi a duração da visita?**

1	Até 30 minutos
2	Entre 30 minutos e 1 hora
3	Entre 1 e 2 horas
4	Mais de 2 horas
0	Não sabe/não responde

**6. Qual(is) a(s) principal(is) razão(ões) que o/a levaram a visitar o museu hoje?**

*(pode assinalar mais do que 1 opção)*

1	Visitar ou revisitar as exposições em geral
2	Visitar ou revisitar uma exposição em particular
	Qual? _____
3	Visitar ou revisitar uma exposição integrada no <i>Programa Arte e Ciência</i>
	Qual? _____
4	Conhecer o espaço do museu
5	Visitar um espaço específico do museu
	Qual? _____
6	Ocupar o tempo livre
7	Interesse e gosto pela ciência
8	Interesse e gosto pela natureza e história natural
9	Visita em família
10	Estudo / investigação
11	Visita inserida num programa de formação/curso ou atividade para professores
12	Participar numa atividade
	Qual? _____
0	Não sabe/não responde



**7. Qual o seu grau de satisfação relativamente aos seguintes aspetos:**

	Muito elevado	Elevado	Baixo	Muito baixo	Não sabe/ não responde
Horário do museu	1				
Espaço/Arquitetura do edifício	2				
Sinalização dentro do museu	3				
Acessibilidades dentro do museu	4				
Conforto e serviços oferecidos aos visitantes (espaços de descanso, loja, cafetaria, etc.)	5				
Atendimento na bilheteira	6				
Acolhimento por parte dos(s) vigilante(s) da(s) exposição(ões)	7				
Interesse das exposições	8				
Iluminação das salas	9				
Folheto de apoio à visita e textos explicativos das exposições	10				
Disposição das peças/objetos expostos	11				
Informação sobre as peças/objetos expostos (legendas/tabelas)	12				
A componente interativa do museu	13				
Atividades educativas	14				
Biblioteca/arquivo histórico	15				
Estacionamento próximo	16				
Sinalização externa sobre o museu	17				
Duração da visita	18				
Apreciação global da visita	19				

**8. A visita de hoje ao museu:**

- |   |   |
|---|---|
| 1 | Excedeu as expetativas iniciais. Porquê? _____      |
| 2 | Correspondeu às expetativas iniciais. Porquê? _____ |
| 3 | Frustrou as expetativas iniciais. Porquê? _____     |
| 0 | Não sabe/não responde                               |

**9. Tenciona voltar a visitar o museu?**

- |   |                       |
|---|-----------------------|
| 1 | Muito provavelmente   |
| 2 | Provavelmente         |
| 3 | Pouco provável        |
| 4 | Certamente que não    |
| 0 | Não sabe/não responde |

**10. Recomendaria a visita ao museu a um amigo ou familiar?**

- |   |                       |
|---|-----------------------|
| 1 | Muito provavelmente   |
| 2 | Provavelmente         |
| 3 | Pouco provável        |
| 4 | Certamente que não    |
| 0 | Não sabe/não responde |

**11. Como teve conhecimento do MUHNAC (e da sua programação)?**

*(pode assinalar mais do que 1 opção)*

1	Agenda Cultural de Lisboa
2	Imprensa (jornais e revistas)
3	Televisão
4	Folhetos/panfletos
5	Website do museu
6	Facebook do museu
7	Instagram do museu
8	Mailing/Newsletter
9	Familiares
10	Amigos
11	Professores
12	Colegas
13	Publicidade na rua (cartazes/outdoors)
14	Outra. Qual? _____
0	Não sabe/não responde

**12. Como avalia a divulgação (das atividades e exposições) e a comunicação feita pelo museu?**

1	Muito eficaz
2	Eficaz
3	Pouco eficaz
4	Nada eficaz
0	Não sabe/não responde

**13. Que razão(ões) o/a levariam a visitar mais vezes o museu?**

*(pode assinalar mais do que 1 opção)*

1	Horário mais alargado
2	Preço de entrada mais reduzido
3	Melhores acessos (estacionamento, transportes, etc.)
4	Mais informações acerca da programação (atividades e exposições)
5	Mais rotatividade de exposições
6	Mais serviços de apoio ao visitante (cafetaria, restaurante, etc)
7	Mais atividades (mercados, tertúlias, conferências, palestras, workshops, visitas guiadas, etc.)
8	Outra. Qual? _____
0	Não sabe/não responde

## DADOS SOCIOGRÁFICOS

### 14. Sexo:

- |   |              |
|---|--------------|
| 1 | Feminino     |
| 2 | Masculino    |
| 0 | Não responde |

### 15. Idade: \_\_\_\_\_ anos

### 16. Nacionalidade:

- |   |                      |
|---|----------------------|
| 1 | Portuguesa           |
| 2 | Outra<br>Qual? _____ |
| 0 | Não responde         |

### 17. Local de residência habitual?

- |   |                               |
|---|-------------------------------|
| 1 | Concelho de Lisboa            |
| 2 | Outro concelho<br>Qual? _____ |
| 3 | Outro país<br>Qual? _____     |
| 0 | Não responde                  |

### 18. Estado civil:

- |   |                            |
|---|----------------------------|
| 1 | Solteiro/a                 |
| 2 | Casado/a                   |
| 3 | União de facto             |
| 4 | Viúvo/a                    |
| 5 | Divorciado/a ou Separado/a |
| 0 | Não responde               |

### 19. Grau de escolaridade: *(mais elevado que completou)*

- |   |   |
|---|---|
| 1 | Sem grau de escolaridade completo                                       |
| 2 | 1º ciclo do Ensino Básico   |
| 3 | 2º ciclo do Ensino Básico   |
| 4 | 3º ciclo do Ensino Básico   |
| 5 | 12º ano   |
| 6 | Curso Profissional  |
| 7 | Curso Superior: Licenciatura  |
| 8 | Curso Superior: Pós-Graduados (Pós-Graduação, Mestrado ou Doutoramento) |
| 0 | Não responde  |

### 20. Profissão: (por favor descreva precisamente, evitando expressões como “função pública” ou

“militar”. Se for desempregado/a, aposentado/a ou reformado/a, indique a última profissão exercida)

### 21. Condição perante o trabalho:

- |   |   |
|---|---|
| 1 | Trabalhador/a por conta própria <u>com</u> pessoal ao serviço |
| 2 | Trabalhador/a por conta própria <u>sem</u> pessoal ao serviço |
| 3 | Trabalhador/a por conta de outrem                             |
| 4 | Estudante   |
| 5 | Estudante da Universidade de Lisboa                           |
| 6 | Reformado/a ou Aposentado/a                                   |
| 7 | Desempregado/a  |
| 8 | Ocupa-se das tarefas do lar                                   |
| 0 | Não responde  |

---

**22.** Ao terminar agradecemos que deixe as sugestões que entender sobre o museu e a visita que acaba de realizar.

---

---

---

**Muito obrigada pela sua colaboração!**  
**Depois de preenchido, por favor entregue o questionário ao entrevistador à saída.**

## Anexo F – Questionário aos públicos do MUHNAC (versão em inglês)

### Visitors Study of the Natural History and Science Museum (MUHNAC)

[To be filled by the interviewer] Questionnaire nr. \_\_\_\_ Date \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / 2017 Morning/Afternoon  
This questionnaire is part of a Dissertation for my Master degree in Entrepreneurship and Culture studies from ISCTE. The answers are anonymous and the questionnaire will only take a few minutes.

**We appreciate your availability.**

To answer each question, please chose the appropriate answers by filling in the corresponding boxes with a “X”, or write your answer, when requested. Such as the following example:

**My visit to the museum:**

- Exceeded my expectations.  
Why? I like the facilities.  
 Was according to my expectations.  
Why?  
 Don't know/No answer

#### ABOUT TODAY'S VISIT

**1. Today I am visiting the museum for the:**

- 1st time → (go to the 3rd question)  
 2nd and 3rd time  
 4th time or more  
 Don't know/Don't remember

**2. When was the last time you visited the museum before today's visit?**

- Less than 3 months ago  
 Between 3 to 6 months ago  
 Between 6 months and a year ago  
 Between 1 and 5 years ago  
 More than 5 years ago  
 Don't know/Don't remember

**3. What exhibitions did you see today?**

**Temporary exhibitions:**

- Dinossauros que viveram na nossa Terra*  
 *Cuidar e Curar – Medicina e os Museus da Universidade de Lisboa*  
 *Francisco Arruda Furtado, discípulo de Darwin*  
 *A Imagem Paradoxal - Francisco Afonso Chaves (1857-1926). Parte II*  
 *Olhar o Lobo, de Joaquim Pedro Ferreira*  
 *Córtex - Fotografias de Isabel Romero*  
 *Vis Attractiva, de António Fiorentino*

**Permanent exhibitions:**

- Amphiteatro e Laboratório Chimico da Escola Politécnica*  
 *Reserva visitável do Laboratório Chimico*  
 *Jogos Matemáticos através dos tempos*  
 *Exposição histórica e participativa de Física*  
 *Coleções de Naturalista*  
 *A aventura da terra: um planeta em evolução*  
 *Reis da Europa Selvagem – os nossos últimos grandes carnívoros*  
 *Jóias da terra: o minério da Panasqueira*  
 *Minerais: identificar, classificar*

- Memória da Politécnica: Quatro séculos de educação, ciência e cultura*
- Plantas e Povos*
- Mar Mineral - Ciência e Recursos Naturais no Fundo do Mar*
- Don't know/No answer

**4. Who came with you on this visit to the Museum? (please select all that apply)**

- No one, alone
- Spouse/Partner
- Boyfriend or girlfriend
- Children
- Parents
- Other relative/s
- Friend/s
- Colleagues
- With an organized group
- Don't know/No answer

**5. How long have you spent in your visit?**

- Less than 30 minutes
- Between 30 minutes and 1 hour
- Between 1 and 2 hours
- More than 2 hours
- Don't know/No answer

**6. What were the main reasons for your visiting this museum today? (please select all that apply)**

- To visit or revisit exhibitions in general
- To visit or revisit a specific exhibition  
Please specify \_\_\_\_\_
- To visit or revisit an exhibition integrated into *Art and Science Program*  
Please specify \_\_\_\_\_
- To visit the museum's building
- To visit a specific part of the museum  
Please specify \_\_\_\_\_
- To spend free time
- General interest in Science
- General interest in Nature and Natural History
- Accompany family
- Educational/research interest
- To take part in a teacher's training program or activity
- To take part in other organized activity  
Please specify \_\_\_\_\_
- Don't know/No answer

**7. How would you rate the museum on the following aspects?**

	Excellent	Good	Poor	Very poor	Don't know/ No answer
Opening hours					
Space/Architecture of the building					
Indoors signage on the exhibition tour					
Accessibilities inside the museum					
Comfort and services offered to visitors (relaxing spaces, store, cafeteria, etc.)					
Box office					
Staff promptness and courtesy					
Interest of exhibitions					
Lighting in the rooms					
Leaflet and information in the rooms					
Presentation and organization of objects					
Texts in the rooms (labels on the objects)					
Interactive component of the museum					
Educational activities					
Library / historical archive					
Parking					
Urban signage					
Duration of visit					
Overall experience with the visit					

**8. My visit to the museum:**

- Exceeded my expectations. Why? \_\_\_\_\_
- Was according to my expectations. Why? \_\_\_\_\_
- Frustrated my expectations. Why? \_\_\_\_\_
- Don't know/No answer

**9. Would you revisit this museum again?**

- Very likely
- Probably
- Probably not
- Certainly not
- Don't know/No answer

**10. Would you recommend this museum to a friend or relative?**

- Very likely
- Probably
- Probably not
- Certainly not
- Don't know/No answer

**ABOUT MUHNAC** \_\_\_\_\_

**11. How did you get information about MUHNAC's exhibitions program?**

*(please select all that apply)*

- Cultural Agenda of Lisbon
- Press (newspaper/magazine)
- Television
- Leaflets
- Museum's website*
- Museum's Facebook page*
- Museum's Instagram page*
- Museum Newsletter/Mailing
- Relatives
- Friends
- Teachers
- Colleagues
- Placards/Outdoors
- Other. Please specify \_\_\_\_\_
- Don't know/No answer

**12. How would you rate the MUHNAC's exhibition program?**

- Very effective
- Effective
- Not very effective
- Not effective
- Don't know/No answer

**13. What reasons would make you revisit the MUHNAC?**

*(please select all that apply)*

- Extended hours
- Reduced ticket price
- Better accessibility (by public transportation and better parking facilities)
- More information on the museum's agenda (activities and exhibitions)
- Rotation of exhibitions
- More visitor support service (café, restaurant, etc.)
- Other activities (markets, lectures and conferences, workshops, etc.)
- Other. Please specify \_\_\_\_\_
- Don't know/No answer



## SOCIOGRAPHIC DATA

---

### 14. Gender:

- Female
- Male
- No answer

15. Age: \_\_\_\_\_ years old

### 16. Nationality:

---

### 17. Place of residence:

- Municipality of Lisbon
  - Other municipality in Portugal  
Please specify
- 

- Another country  
Please specify
- 

- Don't know/No answer

### 18. Marital status:

- Single
- Married
- Non-marital partnership or  
common law marriage
- Widow(er)
- Divorced/Separated
- No answer

### 19. Academic qualifications (highest education level obtained)

- No formal education
- Primary/elementary education
- Secondary education
- Sixth Form College
- Technical/Vocational courses
- BA degree/university degree
- Higher university degree:  
postgraduate diploma, master or  
doctorate degree
- No answer

20. Occupation: (please specify what you do and  
avoid vague terms. If you are retired or  
unemployed, please specify the last job you  
were employed on)

---

### 21. Working status:

- Self-employed (employs others)
  - Self-employed
  - Employed
  - Student
  - Student of Lisbon University
  - Unemployed
  - Retired
  - Housewife
  - Other  
Please specify
- 

- No answer

---

**22.** As you finish your visit to the museum, we appreciate any suggestions/comments you might have about the museum or today's visit.

---

---

---

**Thank you very much for your collaboration!**  
**Please give your questionnaire back to the interviewer upon exiting the museum.**