



Públicos  
do **Museu**  
**Nacional**  
de Soares  
dos Reis



ESTUDO  
**PÚBLICOS**  
DE **MUSEUS** NACIONAIS

PARCEIRO:



MECENAS:



#### Título

Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Públicos do Museu Nacional de Soares dos Reis.

Equipa de investigação na análise dos resultados do MNSR  
(ISCTE-IUL, CIES-IUL)

José Soares Neves (coordenação científica), Maria João Lima, Jorge Santos e Teresa Moura Pereira.

Equipa executiva de conceção e aplicação do EPMN  
(DMCC/DGPC)

Manuel Bairrão Oleiro, Teresa Mourão (coordenação executiva), Nuno Fradique Gonçalves, Teresa Moura Pereira e Ricardo Rosado  
(ISCTE-IUL, CIES-IUL)

José Soares Neves e Jorge Santos.  
(MNSR/DGPC)

Maria João Vasconcelos (dir.), Ana Cristina Macedo, Maria Jorge, Andreia Cerqueira e restante equipa do MNSR.

Conceção gráfica e paginação  
MODE - Moreira Design

Imagem da capa  
O Desterrado, DGPC/MNSR.

Promotor  
Direção-Geral do Património Cultural

Parceiro científico  
Centro de Investigação e Estudos de Sociologia - Instituto  
Universitário de Lisboa (CIES-IUL)

Apoio mecenático  
Fundação Millennium bcp e ONI (desenho e aplicação),  
Fundação Millennium bcp (mecenaz exclusivo na análise dos  
resultados)

Para acesso à versão digital  
<http://www.patrimoniocultural.gov.pt/>

Edição  
Direção-Geral do Património Cultural

ISBN: 978-972-776-537-9



**REPÚBLICA  
PORTUGUESA**  
CULTURA

**PATRIMONIO  
CULTURAL**  
Direção-Geral do Património Cultural



MUSEU NACIONAL DE  
SOARES DOS REIS

DIREÇÃO-GERAL DO PATRIMÓNIO CULTURAL  
Palácio Nacional da Ajuda  
1349-021 Lisboa  
dgpc@dgpc.pt

MUSEU NACIONAL DE SOARES DOS REIS  
Rua D. Manuel II  
4050-342 Porto  
divulgacao@mnsr.dgpc.pt

Data: Dezembro 2018

# AGRADECIMENTOS

A equipa central do EPMN expressa o seu agradecimento à Direção-Geral do Património Cultural (DGPC), aos diretores-gerais que promoveram a realização e divulgação do estudo - Isabel Cordeiro, Nuno Vassallo e Silva e Paula Araújo da Silva -, às direções dos museus e respetivas equipas, incluindo todos os funcionários e voluntários que tornaram possível a concretização, no terreno, do enorme desafio de manter a recolha de informação ativa ao longo de 12 meses com elevado empenhamento e rigor. Expressa, igualmente, o seu agradecimento ao Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES-IUL) do Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL), aos diretores que acompanharam a realização e a divulgação do estudo, Fernando Luís Machado e João Sebastião, e à subdiretora Patrícia Ávila, pelas condições proporcionadas e pelo apoio técnico e científico assegurado no desenvolvimento do estudo.

Expressa um reconhecido agradecimento aos mecenas do estudo, por terem apostado no projeto desde a sua fase de conceção, por terem viabilizado a execução do inquérito com recurso a novas tecnologias da informação e pelo envolvimento na implementação e divulgação do estudo: na fase de aplicação, a ONI - Alexandre Fonseca, então Presidente Executivo, e Carla Marreiros - e, tanto na fase de aplicação como em exclusividade na fase de análise e publicação dos resultados, a Fundação Millennium bcp - Fernando Nogueira, então Presidente do Conselho de Administração, e Fátima Dias.

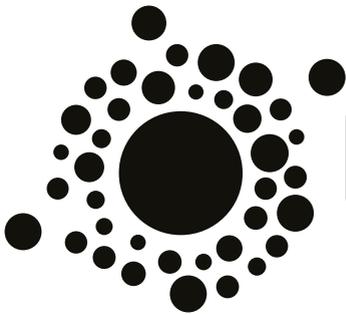
Agradece muito em particular aos públicos que aceitaram participar no inquérito - pela forma generosa com que se disponibilizaram a preencher o questionário, abdicando de um pouco do seu tempo no final da visita aos museus - e à equipa do Museu Nacional de Soares dos Reis que os acolheu e acompanhou: a diretora Maria João Vasconcelos, os técnicos, os funcionários e os voluntários. Sem eles o estudo não seria possível.



Públicos  
do **Museu**  
**Nacional**  
**de Soares**  
**dos Reis**

# Índice

ÍNDICE DE QUADROS, GRÁFICOS E FIGURAS	05
INTRODUÇÃO	09
<b>01</b> O ESTUDO	17
<b>02</b> O MUSEU NACIONAL DE SOARES DOS REIS	29
<b>03</b> OS PÚBLICOS	41
<b>04</b> AS OPINIÕES E SUGESTÕES	99
CONCLUSÃO	139
GLOSSÁRIO	149
BIBLIOGRAFIA	151
ANEXO	157



ESTUDO  
**PÚBLICOS**  
DE **MUSEUS** NACIONAIS

# ÍNDICE DE QUADROS, GRÁFICOS E FIGURAS

## ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 - Questionários recolhidos por mês	26
Quadro 2 - Informação geral sobre o MNSR	32
Quadro 3 - Características espaciais do MNSR	33
Quadro 4 - Transportes públicos e acessibilidades ao MNSR	33
Quadro 5 - Serviços do MNSR	33
Quadro 6 - Valências do MNSR	34
Quadro 7 - Atividades do MNSR	35
Quadro 8 - Publicações do MNSR	35
Quadro 9 - Meios de comunicação utilizados pelo MNSR	36
Quadro 10 - Idiomas dos textos do MNSR (para além do português)	36
Quadro 11 - TIC acessíveis ao público do MNSR	36
Quadro 12 - Museus mais referidos pelos públicos do MNSR	95
Quadro 13 - Museus mais referidos pelos públicos nacionais	96
Quadro 14 - Museus mais referidos pelos públicos estrangeiros	97
Quadro 15 - Temáticas da codificação das sugestões	102

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

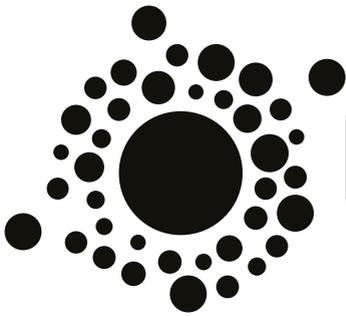
Gráfico 1 - Questionários recolhidos por nacionalidade	26
Gráfico 2 - Questionários recolhidos por dia da semana	26
Gráfico 3 - Questionários recolhidos por idioma	27
Gráfico 4 - Visitantes do MNSR por ano (2010-2016)	39

Gráfico 5 - Sexo	43
Gráfico 6 - Idade	44
Gráfico 7 - Idade por nacionalidade	44
Gráfico 8 - Escolaridade	45
Gráfico 9 - Escolaridade por nacionalidade	46
Gráfico 10 - Condição perante o trabalho	47
Gráfico 11 - Condição perante o trabalho por nacionalidade	47
Gráfico 12 - Grupos profissionais	48
Gráfico 13 - Especialistas das atividades intelectuais e científicas por sub-grupo	49
Gráfico 14 - Tipologia ACM	50
Gráfico 15 - Tipologia ACM por nacionalidade	51
Gráfico 16 - Agregado familiar	51
Gráfico 17 - Agregados familiares por número de crianças e jovens	52
Gráfico 18 - Idade das crianças e jovens dos agregados familiares	52
Gráfico 19 - Públicos estrangeiros por país	54
Gráfico 20 - Nacionalidade e residência	54
Gráfico 21 - Proximidade geográfica	55
Gráfico 22 - Públicos nacionais por região de residência	55
Gráfico 23 - Relação com o MNSR	56
Gráfico 24 - Visita anterior ao MNSR	57
Gráfico 25 - Número de visitas anteriores ao MNSR	57
Gráfico 26 - Modalidade de acompanhamento ao MNSR	58
Gráfico 27 - Duração da visita ao MNSR	59
Gráfico 28 - Duração da visita ao MNSR por nacionalidade	60
Gráfico 29 - Ingresso para a visita ao MNSR	61
Gráfico 30 - Ingresso para a visita ao MNSR por nacionalidade	62
Gráfico 31 - Motivações da visita ao MNSR	63
Gráfico 32 - Meios de informação consultados	64
Gráfico 33 - Meios de informação consultados por local de residência habitual	65
Gráfico 34 - Avaliações do MNSR	68
Gráfico 35 - Avaliação geral e do acolhimento	69

Gráfico 36 - Avaliação das atividades	69
Gráfico 37 - Avaliação das instalações: edifício, apoios internos, serviços e apoios externos	70
Gráfico 38 - Avaliação dos suportes informativos	70
Gráfico 39 - Grau de satisfação geral com a visita por mês	71
Gráfico 40 - Expectativas iniciais quanto aos conteúdos expositivos	72
Gráfico 41 - Recomendação de visita	73
Gráfico 42 - Recomendação de visita por nacionalidade	74
Gráfico 43 - Motivos para regressar ao museu	75
Gráfico 44 - Notoriedade e visita aos monumentos, palácios e museus da DGPC	77
Gráfico 45 - Conhecimento e visita aos monumentos, palácios e museus da DGPC	79
Gráfico 46 - Visita aos monumentos, palácios e museus da DGPC por nacionalidade	80
Gráfico 47 - Procura de informação sobre descontos em museus de entrada paga	84
Gráfico 48 - Conhecimento da entrada gratuita no primeiro domingo de cada mês	85
Gráfico 49 - Posição face ao período de gratuidade	85
Gráfico 50 - Tipologia de relação com a gratuidade	87
Gráfico 51 - Motivações para visitar museus	88
Gráfico 52 - Frequência de atividades relacionadas com museus	89
Gráfico 53 - Atividades relacionadas com museus	90
Gráfico 54 - Motivos para visitar mais museus	91
Gráfico 55 - Práticas culturais	92
Gráfico 56 - Práticas culturais por nacionalidade	93

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Cronograma das atividades realizadas no MNSR no período de aplicação do EPMN	37
Figura 2 - Cronograma das Exposições temporárias realizadas no MNSR no período de aplicação do EPMN	38
Figura 3 - Públicos do MNSR que referem ter visitado outros museus da DGPC	82
Figura 4 - Públicos de outros museus da DGPC que referem ter visitado o MNSR	83



ESTUDO  
**PÚBLICOS**  
DE **MUSEUS** NACIONAIS

# INTRODUÇÃO

Os resultados que agora se publicam sobre os Públicos do Museu Nacional de Soares dos Reis (MNSR) decorrem do Estudo de Públicos de Museus Nacionais (EPMN) promovido pela Direção-Geral do Património Cultural (DGPC), entidade responsável pelas políticas museológicas em Portugal, tendo como parceiro científico o Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do Instituto Universitário de Lisboa (CIES-IUL) e o apoio mecenático da Fundação Millennium bcp e da ONI.

No estudo participaram catorze museus, todos tutelados pela DGPC, localizados em três regiões do continente: Área Metropolitana de Lisboa (dez museus, todos situados no concelho de Lisboa), Norte (um, no concelho do Porto - o MNSR) e Centro (três, em outros tantos concelhos, Viseu, Condeixa e Coimbra). Do ponto de vista das coleções os museus que integram o estudo são de diversos tipos com predominância para os de arte (sete), arqueologia (dois), especializados (três), etnologia e antropologia (um) e mistos e pluridisciplinares (um). Os museus são os seguintes: Museu Nacional de Soares dos Reis (Porto); Museu Nacional Grão Vasco (Viseu); Museu Nacional de Machado de Castro (Coimbra); Museu Monográfico de Conimbriga - Museu Nacional (Condeixa); Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves, Museu Nacional de Arqueologia, Museu Nacional de Arte Antiga, Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado, Museu Nacional do Azulejo, Museu Nacional dos Coches, Museu Nacional de Etnologia, Museu Nacional da Música, Museu Nacional do Teatro e da Dança, Museu Nacional do Traje (Lisboa).

Os objetivos do estudo são a produção de informação atualizada e fiável sobre os públicos, para o conjunto e para cada um dos museus da DGPC, num leque alargado de dimensões que inclui os perfis sociais e de práticas culturais, a relação com o museu participante e com os museus em geral, as expectativas, as avaliações e as sugestões decorrentes da visita. Visa também, por esta via, promover o conhecimento e a procura de novas respostas para os desafios que os públicos vêm colocando a muitas instituições museais numa fase particular de crescimento de visitantes decorrente do forte impacto do turismo, entre elas os museus nacionais com tutela da DGPC.

Trata-se de um estudo pioneiro em Portugal de vários pontos de vista: pelo número de museus participantes, pela perspetiva comparativa adotada e pela duração da observação (12 meses). Em vários dos museus participantes será - quer pela estratégia metodológica adotada, quer pela ausência de estudos de públicos anteriores - o primeiro alguma vez realizado e publicado.

No caso do MNSR foram realizados alguns trabalhos com incidência numa ou noutra vertente abordada no EPMN, ainda que não necessariamente comparáveis. Um estudo sobre a organização, as atividades e os públicos do MNSR mobiliza diferentes métodos, entre os quais o inquérito por questionário, e abarca o período 2007-2011 (Santos e Varejão, 2015). Outros trabalhos, de âmbito académico (dissertações e relatórios de estágio) têm vindo a ser produzidos, alguns deles resultantes de uma parceria entre o MNSR e a Universidade do Porto, designadamente sobre as condições acústicas das salas do Museu e o conforto do visitante (Mota, 2012) e o marketing e comunicação (Pinto, 2013; Gomes, 2015).

Voltando ao EPMN, a principal componente é o inquérito extensivo por questionário aos públicos *efetivos*, com 15 e mais anos e que visitaram

pelo menos uma vez o museu, tendo como vertente primordial da visita as suas exposições. Embora recorra aos dados disponíveis nas estatísticas de visitantes, que a DGPC trata e difunde com regularidade desde 1994, não é esta a fonte utilizada na caracterização dos públicos. Deste ponto de vista, como se verá, públicos e visitantes não designam a mesma realidade e podem

até corresponder a diferentes estruturas percentuais por nacionalidade - como é, aliás, o caso do MNSR. Importará, por isso, ter presente que estudos de públicos e estatísticas de visitantes constituem dois dos três vértices dos sistemas de informação estatística sobre os frequentadores dos museus (Donnat, 1994; Bollo *et al.*, 2012). O terceiro vértice são os inquéritos à população sobre participação, práticas ou consumos culturais, comuns em muitos países como principal instrumento de aferição da relação das populações com as instituições e as atividades culturais e de que, diga-se, Portugal não dispõe. Tende-se, por isso, a sobrevalorizar os inquéritos do Eurobarómetro, limitados quanto à análise no plano nacional, mas com a vantagem da comparação interpaíses à escala europeia. O mais recente, incidindo justamente na relação dos europeus com o património cultural, foi publicado no fim de 2017 (Eurobarómetro, 2017). Sondagem que, já agora, permite

sustentar características já conhecidas a respeito dos perfis qualificados dos frequentadores culturais, e dos museus em particular, e confirma os baixos níveis de práticas de visita a museus ou galerias da população portuguesa.

O EPMN, cujo trabalho de campo decorreu em 2014/2015, insere-se, pois, numa linha de investigação sobre públicos dos museus, que a Lei-Quadro dos Museus Portugueses<sup>1</sup> refere explicitamente no art.º 75, com a especificidade de serem museus nacionais (Bounia *et al.*, 2012), com tutela do organismo responsável pelas políticas museológicas. Trata-se de uma linha de pesquisa que outros países têm desde há algum tempo em curso, entre eles Itália (Solima, 2012), Espanha (AAVV, 2011) no âmbito do seu Laboratório Permanente de Público de Museus (López, 2010) e Dinamarca (Jensen e Lundgaard, 2013). É uma perspetiva a que os países de uma das organizações em que Portugal se insere - a Organização dos Estados Ibero-americanos - vem prestando crescente atenção no âmbito do Observatório Ibero-Americano de Museus do programa Ibermuseum (OIAM/Ibermuseum, 2015).

Embora não seja o lugar para fazer o estado da arte quanto aos estudos de públicos de museus em Portugal - uma área de pesquisa com produção escassa, embora em crescimento - e muito menos numa perspetiva geral, haverá ainda assim que mencionar algumas das referências mais influentes para o presente estudo. Para além das atrás mencionadas, é de referir o inquérito *L'Amour de L'Art*, obra seminal, de vários pontos de vista (teórico, metodológico, da proximidade com as políticas culturais, dos problemas colocados pelo objetivo da democratização e pela constatação das desigualdades sociais no acesso), sobre os públicos de museus de arte na Europa (Bourdieu e Darbel, 1969[1966]). Nesta linha de estudos comparativos entre museus, os realizados no âmbito do Observatório Permanente dos Públicos nos anos noventa em França (Mironer, 1999) foram também particularmente influentes. Numa perspetiva crítica de Bourdieu, importa referir outras abordagens, mais recentes, que enfatizam a diversidade de relações dos indivíduos com a cultura, destacando as apetências e as motivações numa perspetiva individual (Lahire, 2008) e ainda os diferentes modos de relação com as instituições culturais (Costa, 2004), no caso presente os museus, chamando a atenção para que as relações com estas instituições não se esgotam na relação de públicos efetivos dos espaços físicos, antes tendem a incorporar, de forma mais ou menos cumulativa, mais ou menos diversa, outros modos decorrentes dos mecanismos educativos, económicos e comunicacionais das sociedades na modernidade avançada.

Uma das vertentes analíticas do estudo é quantitativa. Mas o estudo inclui uma outra, qualitativa, que decorre das opiniões e sugestões expressas pelos públicos como reflexo da experiência de visita ao museu. A análise

das respostas obtidas, em grande número e que foi possível classificar num leque alargado de temáticas, visa facilitar a integração das experiências dos visitantes - utilizando os seus próprios discursos e reflexões numa perspetiva construtiva - nos processos de tomada de decisão de modo a, também nesta ótica, contribuir para aproximar as instituições dos públicos (Wells, Butler e Koke, 2013), considerando que os visitantes se devem fazer ouvir no sentido de influenciar as políticas e a gestão dos museus (Kirchberg, 2007; Weil, 2007[2003]). Isto tendo em conta, necessariamente, como atrás se referiu, o forte aumento, recente, mas continuado, dos fluxos turísticos para Portugal e seu impacto positivo no número de visitantes, mas tendo igualmente em atenção os efeitos prolongados do contexto de crise no País (Garcia *et al.*, 2016) e dos constrangimentos de vária ordem que os museus nacionais vêm enfrentando.

Do estudo - cujos resultados desenvolvidos sobre o MNSR agora se publicam - resultou um acervo muito significativo de dados, quantitativos e qualitativos, que aliás incluem, sem neles se esgotarem, os dos públicos, uma vez que foram tidos em conta os contextos institucionais e organizativos dos museus participantes. É, assim, suposto que, para além da informação agora disponibilizada - lembre-se que alguns dos principais resultados globais foram já publicados (DGPC e CIES-IUL, 2016; Neves e Mourão, 2016), e serão objeto de uma publicação específica, e detalhada, e que foram já publicados os resultados do Museu Nacional do Azulejo (Neves *et al.*, 2018), do Museu Nacional de Machado de Castro (Neves *et al.*, 2018a) e do Museu Nacional de Arqueologia (Neves *et al.*, 2018b)<sup>2</sup> - informação que percorre todas as componentes e dimensões de análise do inquérito no que ao MNSR diz respeito, o acervo recolhido - relativamente a este como à generalidade dos museus participantes - sirva de suporte empírico a outras abordagens, seja numa perspetiva académica (apoiando a realização de dissertações, teses e outros trabalhos) ou de disseminação em congressos e artigos científicos, seja na perspetiva de articulação entre a investigação e a definição e implementação de políticas culturais, por um lado, e a gestão dos museus participantes, por outro. Isso mesmo está entre os fundamentos da parceria DGPC/CIES-IUL que viabilizou a realização do estudo e das equipas que nele estiveram, e estão, envolvidas.

Especificamente quanto aos resultados a seguir apresentados, a estratégia expositiva seguida será, naturalmente, comum a todos os relatórios dos museus participantes. Após esta introdução faz-se uma síntese metodológica do estudo de modo a situar os dados em análise (capítulo 1, o estudo). O capítulo seguinte (capítulo 2, o Museu Nacional de Soares dos Reis) visa também situar o leitor no contexto em que foi realizado o EPMN, mas agora tomando como fulcro o museu observado em quatro dimensões: o

<sup>2</sup> Os resultados globais e por museu do Estudo de Públicos de Museus Nacionais estão disponíveis no sítio da DGPC na Internet [www.patrimoniocultural.gov.pt/](http://www.patrimoniocultural.gov.pt/).

seu historial por via de uma breve apresentação; as suas características e serviços disponíveis para os públicos; as atividades realizadas, com destaque para as expositivas (isto tendo sempre em conta o período de recolha da informação que coincide, grosso modo, com o ano de 2015); e a evolução do número de visitantes no período 2010-2016. A informação recolhida no inquérito aos públicos do Museu constitui a base dos dois capítulos finais, e principais, nos quais se responde de forma detalhada às questões que orientaram a pesquisa: um capítulo essencialmente quantitativo (capítulo 3, os públicos), que responde à generalidade das questões atrás referidas; o outro, essencialmente qualitativo (capítulo 4) que corresponde à análise das opiniões e sugestões formuladas no fim da visita pelos públicos sobre o Museu. Esta última abordagem constitui possivelmente um dos contributos mais inovadores do estudo, não tanto pela sua utilização (outros trabalhos anteriores, realizados noutros contextos e noutros museus, utilizaram este tipo de dados), mas pelo método que esteve na base da sua recolha e tratamento e, sobretudo, pela exploração exaustiva, sobre um conjunto alargado de temáticas, do significativo *corpus* documental recolhido. A terminar sintetizam-se as principais conclusões do EPMN no que se refere especificamente ao Museu Nacional de Soares dos Reis, sempre que pertinente com recurso à comparação com os resultados globais do EPMN, os quais, como atrás referido, serão objeto de uma publicação própria.



Grupo de família (Pacheco Pereira), Augusto Roquemont, DGPC/MNSR

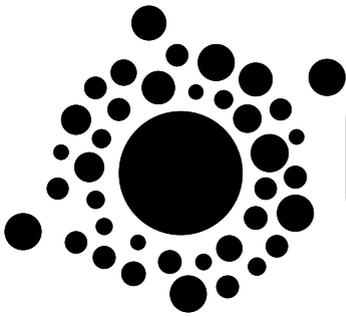
Casula/ Paramento. DGPC/MNSR



01

# O ESTUDO

1.1. Estratégia metodológica	19
1.2. Componentes do estudo: estatísticas de visitantes, caracterização, atividades e inquérito aos públicos	20
1.3. O inquérito aos públicos - método	20
1.4. Preparação e acompanhamento do trabalho de terreno	22
1.5. Divulgação da realização do estudo, informação aos visitantes e aos inquiridos	23
1.6. Dispositivo no museu, preenchimento e trabalho de terreno	23
1.7. Amostra do estudo e do MNSR - do desenho à base quantitativa em análise	25
1.8. Tratamento das respostas	27



ESTUDO  
**PÚBLICOS**  
DE **MUSEUS** NACIONAIS

# 01 O ESTUDO

Neste capítulo situa-se inicialmente a metodologia utilizada e caracterizam-se as quatro componentes que sustentam o estudo. Passa-se depois ao método utilizado na componente principal, o inquérito aos públicos, incluindo, com algum detalhe, os aspetos relacionados com a preparação e acompanhamento do trabalho de terreno, com os instrumentos de divulgação e informação sobre o estudo e com o dispositivo montado no Museu com vista ao preenchimento do questionário e a outros elementos relativos ao trabalho de terreno. Refere-se seguidamente o processo de amostragem adotado e as características da amostra em análise e termina-se com a explicitação do tratamento das respostas quantitativas e qualitativas recolhidas no inquérito aos públicos.

## 1.1. ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

O EPMN é um estudo quantitativo, sendo o instrumento principal o inquérito por questionário aplicado em computador - *web survey* (Bryman, 2012[2001]), ou *computer kiosk* (Lord & Markert, 2007:67) -, autoadministrado (Mironer, Aumausson & Forteau, 2001: 431-432) no termo da visita, numa plataforma especializada (Lime Survey) alojada no servidor do ISCTE-IUL. É também um estudo comparativo entre os 14 museus participantes, com instrumentos de recolha de informação e, mais genericamente, procedimentos comuns (questionários, fichas, manual de terreno e ações de formação e de acompanhamento), salvaguardados os aspetos decorrentes da especificidade e das circunstâncias do trabalho de terreno de cada museu.

Para a organização do processo de inquérito foi constituído um pequeno grupo de trabalho central (DGPC e CIES-IUL) e para a aplicação do estudo foram criadas em todos os museus equipas constituídas por um reduzido número de funcionários (incluindo funcionários da bilheteira) e/ou voluntários coordenados pelo interlocutor do estudo. A descrição do trabalho realizado foi feita detalhadamente no *Relatório Interno de Balanço* (Mourão *et al.*, 2016).

## 1.2. COMPONENTES DO ESTUDO ESTATÍSTICAS DE VISITANTES, CARACTERIZAÇÃO, ATIVIDADES E INQUÉRITO AOS PÚBLICOS

A estratégia metodológica adotada inclui, para além do inquérito por questionário aos públicos, componente central do estudo, três outras componentes complementares: uma sobre os visitantes (estatísticas de visitantes da DGPC) e duas sobre os museus (caracterização do museu e programação/atividades durante o estudo). Com esta estratégia procurou-se, por um lado, apoiar o desenho da amostra e do questionário e, por outro, a interpretação dos resultados do inquérito.

Desde 1994 a tutela produz e disponibiliza publicamente dados estatísticos sobre os visitantes (ou, mais precisamente, sobre as entradas) dos museus tutelados. Os dados incluem as entradas no vasto conjunto de atividades e serviços dos museus, não se restringindo às atividades expositivas, e estão segmentados pela categoria de entrada. O tratamento destes dados - com vista à constituição da base de sondagem do estudo - foi fundamental para a determinação do universo e da amostra do inquérito.

A caracterização do museu foi feita inicialmente com base no preenchimento, pelos interlocutores no museu, de uma ficha. Esta ficha foi posteriormente complementada com uma outra, incidindo especificamente sobre as novas tecnologias de informação.

Para além da exposição permanente, foco central da atividade dos museus e do estudo, os museus promovem (e acolhem) a realização de diversas atividades nos seus espaços, umas de duração mais prolongada (desde logo as exposições temporárias) outras pontuais, embora eventualmente inseridas em programas (e. g. ateliês dos serviços educativos). As atividades realizadas nos museus ao longo de toda a duração do estudo foram igualmente apuradas com base no preenchimento de fichas por parte dos interlocutores nos museus.

## 1.3. O INQUÉRITO AOS PÚBLICOS | MÉTODO

O universo do estudo é constituído pelos públicos com 15 e mais anos, nacionais e estrangeiros, que entraram no horário normal de funcionamento do museu e cuja visita incluiu, ainda que não exclusivamente, a componente expositiva, permanente e/ou temporária.

Este universo distingue-se do conjunto dos visitantes do museu tal como resulta das estatísticas da DGPC. Foi construído a partir das referidas estatísticas recortando as categorias existentes nos apuramentos administrativos de modo a expurgar as categorias de entrada não consideradas no universo por inadequação aos objetivos do estudo: os menores de 14 anos; as entradas exclusivamente para atividades educativas ou de extensão cultural (sessões de teatro, ou cinema, ou outras); direcionadas para serviços (restauração, jardins, loja...); e usos dos espaços do museu (lançamento ou apresentação de produtos não diretamente relacionados com a atividade do museu) desde que sem a componente expositiva.

As dimensões analíticas (ou questões de pesquisa) do inquérito que organizaram as perguntas formuladas no questionário são várias e incluem a visita e a relação com o museu visitado, a relação com os museus e com um conjunto alargado de atividades culturais: Quem visita? Qual a relação com o museu? Com quem visitam? Qual a duração e as motivações da visita? Como se informaram sobre a visita? Que avaliações fazem do museu e da exposição? Qual a notoriedade e a visita dos Monumentos, Palácios e Museus da DGPC? Que posicionamentos face à gratuitidade? Quais as motivações, práticas e frequência de visita a museus? Quais as práticas culturais?

A estas questões, cuja metodologia é quantitativa, acrescenta-se uma outra - Que opiniões e sugestões expressaram sobre o museu e as exposições? - cuja metodologia de tratamento e análise é qualitativa.



Aquário, Fábrica de Miragaia, DGPC/MNSR.

O questionário - constituído por 38 questões, comum a todos os museus participantes - foi desenhado pelas equipas da DGPC e do CIES-IUL. Numa fase preliminar foram recolhidos os contributos dos diretores dos museus e de funcionários dos serviços centrais da DGPC ligados ao estudo e de colegas investigadores no CIES-IUL. Numa fase adiantada - já com o dispositivo montado e com preenchimento em computador - foi realizado um pré-teste no Museu Nacional de Arqueologia.

Optou-se por contemplar quatro idiomas (português, inglês, francês e espanhol) dada a possibilidade de estes abarcarem um maior número de visitantes, embora se reconheça que, ainda assim, isso constitui uma limitação do ponto de vista dos visitantes com outros idiomas de que pode decorrer uma subestimação dos públicos estrangeiros (Mironer, Aumasson e Fourteau, 2001: 454). No conjunto das 38 questões apenas o grupo de 3 questões sobre tarifas de entrada e gratuidade no acesso aos museus se restringe ao questionário em português.

No desenho do inquérito foram seguidos os princípios éticos apontados por vários autores (Bryman, 2012[2001]: 135-143) de forma a evitar: (i) prejudicar os participantes, designadamente por quebra de confidencialidade; (ii) ausência de consentimento informado; (iii) invasão da privacidade (anonimidade e confidencialidade); (iv) desapontamento. Teve-se também em conta a participação voluntária (Vaus, 2014:56-61). Foi contemplada a possibilidade de recusa (*opt-out*), na abordagem inicial, no início do preenchimento ou mesmo já no decurso do preenchimento (com anulação das respostas já dadas). Foi garantido o anonimato e a confidencialidade das respostas e dada a possibilidade de resposta facultativa na maioria das perguntas. Apenas num reduzido número de perguntas - no essencial as de caracterização - se optou pela resposta obrigatória para prosseguir o preenchimento.

## 1.4. PREPARAÇÃO E ACOMPANHAMENTO DO TRABALHO DE TERRENO

O trabalho de aplicação do questionário foi realizado pela equipa do museu, constituída por funcionários e voluntários, coordenada pelo interlocutor do estudo. No período que antecedeu a aplicação do questionário a equipa central do projeto realizou diversos contactos, visitas e reuniões de trabalho com os diretores, interlocutores e equipas de bilheteira de cada museu. Foram efetuados com regularidade pontos de situação, resolvidos os problemas,

entretanto detetados, e esclarecidas dúvidas sobre diversos aspetos do inquérito. O conjunto dos procedimentos e orientações do processo de recolha de informação do estudo foi sintetizado no Manual de Terreno.

O acompanhamento da aplicação ao longo de todo o período foi assegurado pela equipa central, em articulação com as equipas nos museus, de diversas formas (elaboração de relatórios, controlo da plataforma eletrónica do inquérito, visitas, reuniões gerais com as equipas e contactos vários) e em diversos momentos.

## 1.5. DIVULGAÇÃO DA REALIZAÇÃO DO ESTUDO, INFORMAÇÃO AOS VISITANTES E AOS INQUIRIDOS

Para a divulgação do estudo foi criada uma linha gráfica que incluiu um logotipo, os materiais de informação e ecrã de computador. A informação prestada aos visitantes sobre o estudo incluiu a colocação de *roll up* à entrada dos museus, disponibilização de folheto de informação na bilheteira agradecendo a colaboração, se solicitada, e a distribuição de folheto (nos quatro idiomas do estudo) aos visitantes selecionados para responder ao inquérito.

Os inquiridos foram informados de diversos aspetos do estudo aquando da abordagem inicial por parte da equipa que executou o trabalho de terreno, bem como na fase que precedeu o preenchimento do questionário. A informação prestada incluiu, de diversas formas, o enquadramento institucional, os mecenas e os objetivos do estudo.

## 1.6. DISPOSITIVO NO MUSEU PREENCHIMENTO E TRABALHO DE TERRENO

Foi destinado um espaço específico nos museus para o dispositivo de preenchimento do questionário situado no termo do percurso de visita, junto da entrada do Museu, de modo a permitir contacto visual entre funcionários e inquiridos, mas preservando sempre as condições de recato indispensáveis à confidencialidade das respostas. O espaço incluiu mesa com computador com ligação internet exclusiva para o inquérito, cadeiras e folhetos informativos sobre o estudo.

O trabalho de terreno decorreu em permanência ao longo de 12 meses, mais precisamente entre 3 de dezembro de 2014 e 2 de dezembro de 2015. Esta duração longa teve como fatores justificativos a variabilidade dos contingentes de entradas (e eventualmente dos perfis) ao longo do ano (sazonalidade), as diferentes atividades realizadas, designadamente as exposições temporárias, o relativo desconhecimento quanto às características dos visitantes e o objetivo de acompanhar eventuais alterações nos públicos. Não foram considerados no estudo dias especiais como o Dia Internacional dos Museus (18 de maio), a Noite Europeia dos Museus (16 de maio) e as Jornadas Europeias do Património (25, 26 e 27 de setembro).



Dispositivo do estudo montado à entrada do MNSR para resposta ao questionário. Fotos da equipa do estudo no MNSR.

Os inquiridos, nacionais ou estrangeiros, foram selecionados por tiragem sistemática, à entrada no museu, a cada 10 visitantes, até perfazer as quotas diárias previamente definidas.

Procurou-se incentivar a participação e, sobretudo, simbolizar o apreço pelo tempo gasto na resposta disponibilizando uma pequena lembrança (no MNSR, postais), uma estratégia comumente utilizada em inquéritos (Vaus, 2014: 135), de públicos (Lord e Markert, 2007:67), uma prática com a virtude de incitar à resposta e de relembrar, no fim da visita, a solicitação de colaboração feita no início (Lehalle e Mironer, 1993:24-25; Mironer, Aumasson e Fourteau, 2001:436; Santos e Neves, 2005; Amsellem, 2015: 146).

## 1.7. AMOSTRA DO ESTUDO E DO MNSR DO DESENHO À BASE QUANTITATIVA EM ANÁLISE

A amostra do estudo, probabilística, representativa do universo em cada museu, foi estratificada por nacionalidade (portuguesa/outra), por mês e por dia da semana (dias úteis/sábado/domingo e, quanto ao domingo, distinguindo os de entrada gratuita dos de entrada normal).

A amostra final do EPMN é constituída por 13.853 questionários válidos recolhidos ao longo dos 12 meses, é representativa da base de sondagem que sustentou a sua construção (média de 628.047 visitas nos 14 museus participantes entre 2010 e 2012) e do universo inquirido (780.612 no período em que decorreu o trabalho de terreno), com um nível de confiança de 99% e uma margem de erro de 1%.

O grau de cumprimento dos objetivos da aplicação (número de questionários recolhidos e validados face ao número de questionários previstos) variou entre o mínimo de 20% e o máximo de 75%. Já no que diz respeito à taxa de resposta (número de questionários recolhidos e validados face ao número de questionários com preenchimento iniciado) as percentagens variam entre 80,4% e 99,5%.

A unidade estatística de análise é a visita, podendo o mesmo visitante figurar mais do que uma vez na amostra (Bourdieu e Darbel, 1969[1966]: 26). O questionário incluiu uma pergunta para despistar a recorrência de resposta ao inquérito em visita anterior. Esta questão é suscetível de influenciar em particular os dados de caracterização sociográfica. Os valores apurados a este respeito são relativamente baixos (5,4% do total da amostra). Ao contrário do que seria de esperar o peso entre os estrangeiros é um pouco mais elevado (7%) do que entre os nacionais (3,7%). Já quanto à evolução a tendência é a esperada, ou seja, é crescente ao longo do período da aplicação (2,8% versus 8,5% em dezembro de 2014 e de 2015, respetivamente).

No caso específico do MNSR a amostra em análise é de 908 questionários válidos. É representativa da base de sondagem que sustentou a sua construção (média de 19.291 visitas entre 2010 e 2012) e do universo inquirido (34.336 no período em que decorreu o trabalho de terreno), com um nível de confiança de 95% e uma margem de erro de 3%, o que constitui uma pequena diferença face aos valores da amostra total (99% e 1%, respetivamente). Os públicos nacionais representam 47% da amostra e os estrangeiros 53%. O grau de cumprimento dos objetivos é de 41% e a taxa de resposta de 94%. A recorrência da resposta ao questionário situa-se nos 4%.

Os dados que permitem descrever a amostra do MNSR de acordo com os parâmetros que estiveram na base da sua construção constam dos gráficos 1 a 3 e do quadro 1. Os principais desvios relativamente à amostra total - note-se que a distribuição por nacionalidade segue a do EPMN - situam-se na distribuição por idioma dos questionários recolhidos (em que o francês é predominante), por mês de inquirição (com uma sobre-representação nos meses de agosto e setembro) e por dia da semana (com predominância do domingo).

### GRÁFICO 1 - QUESTIONÁRIOS RECOLHIDOS POR NACIONALIDADE

Percentagem



n = MNSR (908); EPMN (13.853).

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

### QUADRO 1 - QUESTIONÁRIOS RECOLHIDOS POR MÊS

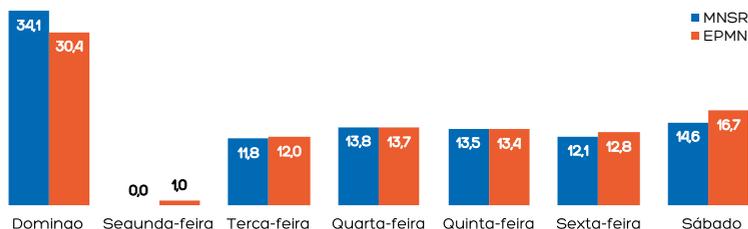
Percentagem

Museu	dez 2014	jan 2015	fev 2015	mar 2015	abr 2015	mai 2015	jun 2015	jul 2015	ago 2015	set 2015	out 2015	nov 2015	dez 2015	Bases
MNSR	3,2	4,4	6,6	8,3	7,7	8,4	8,1	8,9	17,0	10,5	9,7	7,0	0,2	908
EPMN	6,1	6,0	7,7	9,6	7,6	7,6	7,3	8,6	14,5	8,9	9,3	6,4	0,2	13.853

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

### GRÁFICO 2 - QUESTIONÁRIOS RECOLHIDOS POR DIA DA SEMANA

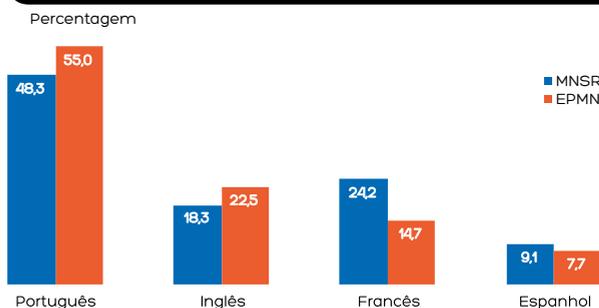
Percentagem



n = MNSR (908); EPMN (13.853).

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

## GRÁFICO 3 - QUESTIONÁRIOS RECOLHIDOS POR IDIOMA



n = MNSR (908); EPMN (13.853).  
 Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

## 1.8. TRATAMENTO DAS RESPOSTAS

Foram considerados válidos os questionários com as respostas obrigatórias preenchidas e submetidos pelos inquiridos. As respostas obtidas são de dois tipos - quantitativas e qualitativas. Os dados recolhidos na plataforma LimeSurvey foram transpostos para Excel (validação, tratamento de opções de resposta abertas) e depois - os quantitativos - para SPSS (criação das variáveis derivadas, análise estatística).

Os dados qualitativos resultantes da pergunta aberta, facultativa, inserida no fim do questionário destinada a recolher opiniões e sugestões foram tratados e analisados em MAXQDA (tratamento exaustivo de todas as respostas) com base na grelha de codificação construída e utilizada no EPMN. O *corpus* documental em análise é composto por 506 respostas válidas (56% da amostra), das quais 61% de estrangeiros. O método utilizado no tratamento e análise deste *corpus* é o designado por *Computer Assisted Qualitative Data Analysis* (CAQDAS).

A estratégia adotada para a análise e interpretação do *corpus* documental, com base na *frase* como unidade de análise, seguiu a proposta em cinco fases de Leavy: preparação e organização dos dados; imersão inicial; codificação; categorização e tematização; interpretação (Leavy, 2017: 150-152).

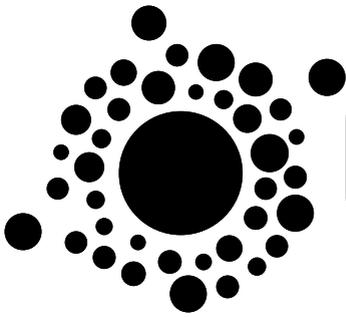
Retrato da Princesa Margarida de Valois, François Clouet, DGPC/MNSR



02

# O MUSEU NACIONAL DE SOARES DOS REIS

2.1. Apresentação	31
2.2. Caracterização	32
2.3. Atividades expositivas, educativas e de extensão cultural	37
2.4. Visitantes	38



ESTUDO  
**PÚBLICOS**  
DE **MUSEUS** NACIONAIS

## 02 O MUSEU NACIONAL DE SOARES DOS REIS

Neste capítulo situa-se o MNSR no período de realização do EPMN tendo em conta quatro dimensões: i) o seu historial por via de uma breve apresentação; ii) as suas características e serviços disponíveis para os públicos; iii) as atividades realizadas; iv) e a evolução do número de visitantes no período 2010-2016.



Conde de Ferreira António Soares dos Reis, DGPC/MNSR

### 2.1. APRESENTAÇÃO

O Museu Nacional de Soares dos Reis (MNSR)<sup>3</sup> localiza-se na cidade do Porto, estando instalado no Palácio dos Carrancas desde 1940.

O MNSR é o mais antigo museu público de arte em Portugal, tendo sido fundado em 1833 por D. Pedro IV, sob a designação Museu Portuense de Pinturas e Estampas, no Convento de Santo António da Cidade, onde em 1836 foi criado em estreita ligação com a Academia Portuense de Belas Artes. Esta ligação ao ensino artístico manteve-se, de resto, ao longo de todo o século XIX. Em 1911, na sequência da implantação da República, o nome do museu é alterado para homenagear o escultor portuense António Soares dos Reis e em 1932 é designado museu nacional. Em 1940 o Museu foi transferido para

<sup>3</sup> Para saber mais sobre o MNSR consultar, entre outras obras, Monteiro e Figueiredo (2004), Carneiro (2001) e Castro (2011) e os sítios na Internet da DGPC e do Museu (ver webgrafia) que permitem atualizar a informação deste capítulo referenciada, como já se disse, ao ano em que decorreu o estudo (2015).

a sua localização atual no Palácio dos Carrancas, um edifício neoclássico do século XVIII que sofreu as obras necessárias para ser adaptado às tendências museológicas da época. Tem na sua dependência administrativa a Casa Museu Fernando de Castro desde a fundação desta em 1952.

O MNSR foi submetido a obras de remodelação e expansão, entre 1992 e 2001, pelas mãos dos arquitetos Fernando e José Bernardo Távora, assistindo-se à criação de novos espaços de exposição, serviços educativos e auditório, remodelação da loja, instalação da cafetaria e recuperação dos jardins circundantes.

A exposição permanente está distribuída entre o primeiro andar, com pintura e escultura portuguesa dos séculos XIX e XX e o andar nobre do palácio, onde se encontram essencialmente as coleções de artes decorativas: cerâmica (faiança nacional e porcelana oriental), ourivesaria, vidros, têxteis e mobiliário dos séculos XVI e XIX, joalheria dos séculos XVI ao XIX, e ainda algumas peças de pintura e escultura dos séculos XVII e XVIII.

## 2.2. CARACTERIZAÇÃO

A informação recolhida no âmbito do estudo permitiu sistematizar os principais elementos caracterizadores do MNSR na altura da aplicação do questionário (quadros 2 a 11).

O MNSR é um museu de arte, está situado no concelho do Porto e abre ao público de terça-feira a domingo, entre as 10 horas e as 18 horas. Encontra-se encerrado à segunda-feira e nos principais feriados nacionais e municipal (24 de junho). Está instalado no Palácio dos Carrancas desde a abertura em 1940 e teve a sua última requalificação no ano de 2001.

### QUADRO 2 - INFORMAÇÃO GERAL SOBRE O MNSR

Concelho	Porto
Tipo	Museu de Arte
Horário normal	Terça-feira - domingo, 10:00-18:00
Períodos de encerramento (durante o estudo)	2014: 24 a 26 de dezembro 2015: 1 janeiro; 5 abril; 1 maio; 24 junho
Ano de abertura	1940
Ano da última requalificação	2001

Fonte: equipa CIES-IUL a partir de Ficha de caracterização preenchida pela equipa do museu no âmbito do EPMN. Data de referência: 2015 (ano da recolha dos dados).

A área total do Museu é de 3,9 mil m<sup>2</sup>, dos quais 3,2 mil m<sup>2</sup> de área expositiva e os restantes são ocupados pelos serviços. A área expositiva distribui-se por 20 salas de exposição permanente e quatro para exposições temporárias.

### QUADRO 3 - CARACTERÍSTICAS ESPACIAIS DO MNSR

Área expositiva	3,207 m <sup>2</sup>
Área dos serviços	716 m <sup>2</sup>
Salas exposição permanente	20
Salas exposição temporária	4

Fonte: equipa CIES-IUL a partir de Ficha de caracterização preenchida pela equipa do museu no âmbito do EPMN. Data de referência: 2015 (ano da recolha dos dados).

Quanto a transportes o MNSR tem ligação próxima à rede de transportes públicos rodoviários (STCP). Já relativamente às acessibilidades nas instalações, o museu tem facilidades de acesso a visitantes com dificuldade de locomoção, mas não para os com dificuldades visuais.

### QUADRO 4 - TRANSPORTES PÚBLICOS E ACESSIBILIDADES AO MNSR

Disponível	Indisponível
Transportes públicos	Facilidades a visitantes com dificuldades visuais
Facilidades a visitantes com dificuldade de locomoção	

Fonte: equipa CIES-IUL a partir de Ficha de caracterização do museu e Ficha de caracterização TIC preenchidas pela equipa do museu no âmbito do EPMN. Data de referência: 2015 (ano da recolha dos dados).

No que diz respeito aos serviços o Museu conta com a maioria dos propostos na ficha de caracterização (estacionamento, áreas de descanso, serviço educativo, grupo de amigos<sup>4</sup>, relações com a comunidade e parcerias e mecenas). Não dispõe de fraldário nem de visita virtual.

### QUADRO 5 - SERVIÇOS DO MNSR

Disponível	Indisponível
Estacionamento	Fraldário
Áreas de descanso	Visita virtual
Serviço educativo	
Grupo de amigos	
Relação com a comunidade	
Parcerias	
Mecenas	

Fonte: equipa CIES-IUL a partir de Ficha de caracterização do museu e Ficha de caracterização TIC preenchidas pela equipa do museu no âmbito do EPMN. Data de referência: 2015 (ano da recolha dos dados).

<sup>4</sup> Designadamente, o Círculo Dr. José de Figueiredo - Amigos do MNSR, fundado em 1940.



Blombo Namban, Escola de Kano, DGPC/MNSR.

Tratando-se das valências disponíveis para o público destaca-se a existência de espaços de consulta de informação especializada (biblioteca/centro de documentação e arquivo), por marcação prévia, de auditório (com a capacidade para 178 lugares sentados), de loja/livraria, cafetaria/bar/restaurante e de espaço exterior (Jardim das Camélias e Jardim da Cerca). Pelo contrário, o Museu não dispõe de espaços com postos multimédia e/ou audiovisual para auxílio à visita.

### QUADRO 6 - VALÊNCIAS DO MNSR

Existente	Inexistente
Biblioteca/Centro de Documentação	Espaço multimédia audiovisual
Arquivo	
Auditório	
Loja/Livraria	
Cafetaria/Bar/Restaurante	
Espaço exterior	

Fonte: equipa CIES-IUL a partir de Ficha de caracterização do museu e Ficha de caracterização TIC preenchidas pela equipa do museu no âmbito do EPMN. Data de referência: 2015 (ano da recolha dos dados).

Nas atividades direcionadas para o público verifica-se que todas as consideradas tiveram manifestações durante o período de inquirição com exceção da renovação de bens da exposição permanente. Salientam-se as relacionadas com as componentes: expositiva (novas exposições temporárias), educativa

(visitas guiadas/orientadas destinadas a vários tipos de públicos, os ateliês/oficinas/workshops), e de extensão cultural, de que são exemplo os colóquios/conferências bem como os espetáculos (música, dança e cinema).

### QUADRO 7 - ATIVIDADES DO MNSR

Realizada	Não realizada
Exposições temporárias	Renovação exposição permanente
Visitas guiadas	
Colóquios/Conferências	
Ateliês/Oficinas/Workshops	
Espetáculos	

Fonte: equipa CIES-IUL a partir de Ficha de caracterização do museu e Ficha de caracterização TIC preenchidas pela equipa do museu no âmbito do EPMN. Data de referência: 2015 (ano da recolha dos dados).

No que diz respeito às publicações o Museu disponibiliza informação sobre as exposições através de folheto desdobrável, roteiro/guia de visita e catálogo/brochura. Não dispõe de monografias sobre o Museu nem de publicações periódicas em formato convencional ou digital (audiovisual, audioguia ou guia em Braille).

### QUADRO 8 - PUBLICAÇÕES DO MNSR

Disponível	Indisponível
Folheto desdobrável	Monografia
Roteiro/Guia de visita	Publicação periódica (*)
Catálogo/Brochura	Audiovisuais
	Audioguia
	Guia Braille

Fonte: equipa CIES-IUL a partir de Ficha de caracterização do museu e Ficha de caracterização TIC preenchidas pela equipa do museu no âmbito do EPMN. Data de referência: 2015 (ano da recolha dos dados).

Nota (\*): importa ter em conta que, desde 1942, o Círculo Dr. José de Figueiredo - Amigos do MNSR edita a *Museu: Revista de Arte Arqueologia e Tradições*. Apesar de alguma irregularidade de edição e de algumas interrupções (designadamente entre 1975 e 1981), trata-se de uma revista única no género.

Para difundir informações das suas atividades e coleções, o MNSR utiliza tanto os suportes físicos impressos (como a agenda cultural e a imprensa), como os digitais institucionais (o seu sítio na Internet, Facebook e *Newsletter*), como ainda através dos pendões existentes na fachada do edifício do Museu. Não foram utilizados outdoors/MUPI nem o Twitter.

### QUADRO 9 - MEIOS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADOS PELO MNSR

Disponível	Indisponível
Agenda Cultural	Twitter
Imprensa	Outdoors/MUPI
Rádio	
Sítio web do museu	
Facebook	
Newsletter	
Pendões na entrada	

Fonte: equipa CIES-IUL a partir de Ficha de caracterização do museu e Ficha de caracterização TIC preenchidas pela equipa do museu no âmbito do EPMN. Data de referência: 2015 (ano da recolha dos dados).

Em relação à informação disponibilizada noutros idiomas (para além do português), na altura do estudo o MNSR apenas disponibilizava um folheto com informação traduzida para inglês.

### QUADRO 10 - IDIOMAS DOS TEXTOS DO MNSR (PARA ALÉM DO PORTUGUÊS)

Canal	Idioma
Folheto	Inglês
Sinalética	--
Salas	--
Legenda das peças	--

Fonte: equipa CIES-IUL a partir de Ficha de caracterização preenchida pela equipa do museu no âmbito do EPMN. Data de referência: 2015 (ano da recolha dos dados).

No mesmo período, o MNSR não disponibilizava aos seus visitantes qualquer serviço relacionado com as TIC.

### QUADRO 11 - TIC ACESSÍVEIS AO PÚBLICO DO MNSR

Disponível	Indisponível
	Wi-fi
	Sistema QR Code
	Postos/Ecrãs interativos
	Multimedia guides

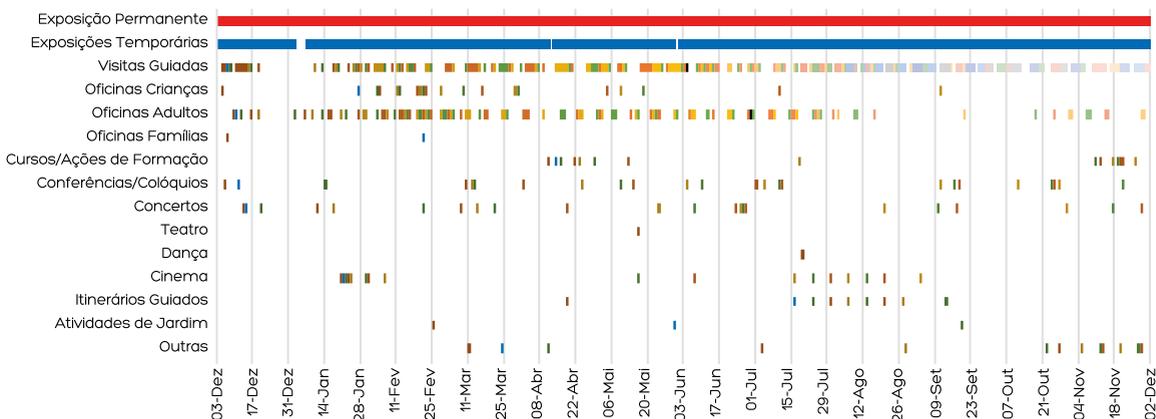
Fonte: equipa CIES-IUL a partir de Ficha de caracterização TIC preenchida pela equipa do museu no âmbito do EPMN. Data de referência: 2015 (ano da recolha dos dados).

## 2.3. ATIVIDADES EXPOSITIVAS, EDUCATIVAS E DE EXTENSÃO CULTURAL

Ao longo do período de aplicação do inquérito, para além da exposição permanente e de várias exposições temporárias, o Museu promoveu a realização de diversas outras atividades (figura 1) em diferentes períodos do ano e com diferentes durações, que incluíram atividades educativas (visitas guiadas - com maior frequência durante o primeiro semestre - oficinas para crianças, adultos e famílias, e também cursos/ações de formação) e, embora mais espaçadas e em muito menor número, de extensão cultural (sessões de teatro, concertos, dança, cinema, itinerários guiados, conferências, etc.).

De um modo geral, o Museu tem uma oferta bastante abrangente ao nível da programação. As atividades consideradas estão, com maior ou menor intensidade e proximidade temporal, presentes de forma regular ao longo do todo o período em estudo. O mês que apresenta maior quantidade e diversidade de atividades é maio de 2015. Acrescente-se ainda que é notória, nos meses de julho e agosto, a concentração de atividades de concerto, cinema e itinerários guiados, derivada de um programa específico de atividades intitulado “Quintas à Noite no Museu”.

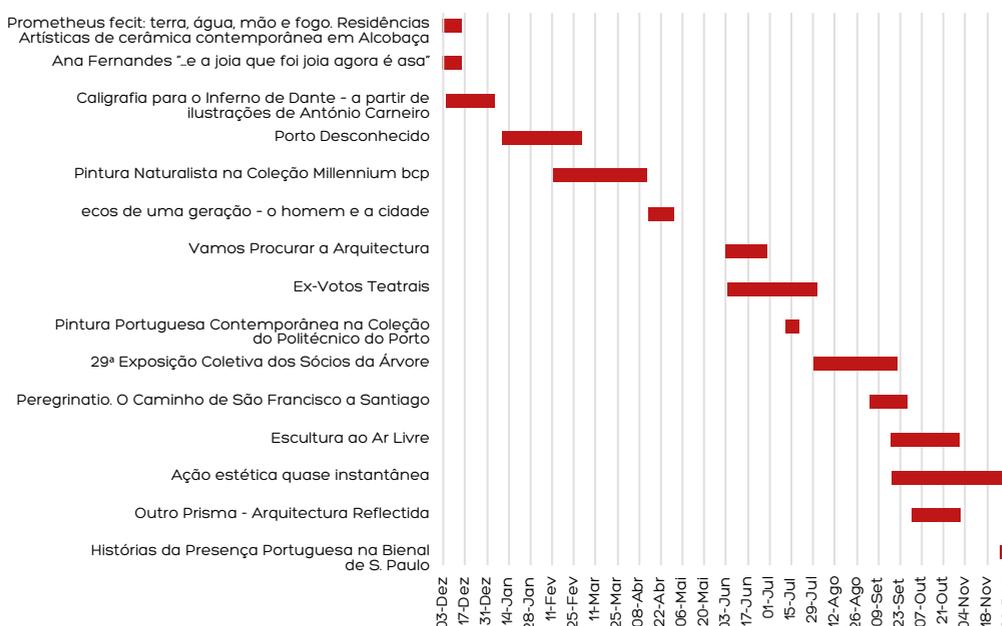
**FIGURA 1 - CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES REALIZADAS NO MNSR NO PERÍODO DE APLICAÇÃO DO EPMN**



Fonte: equipa central do EPMN a partir de Ficha de atividades preenchida pela equipa do MNSR. Período de referência: 03/12/2014 a 02/12/2015 (recolha dos dados).

No que diz respeito às exposições temporárias (figura 2) constata-se que durante o período de aplicação do inquérito realizaram-se ou puderam ser visitadas 15. A partir de junho de 2015 observa-se uma intensificação da oferta que atinge o seu ponto alto no último trimestre, sempre com três exposições temporárias visitáveis em simultâneo. Estas exposições tiveram, porém, uma curta duração (45 dias em média).

**FIGURA 2 - CRONOGRAMA DAS EXPOSIÇÕES TEMPORÁRIAS REALIZADAS NO MNSR NO PERÍODO DE APLICAÇÃO DO EPMN**



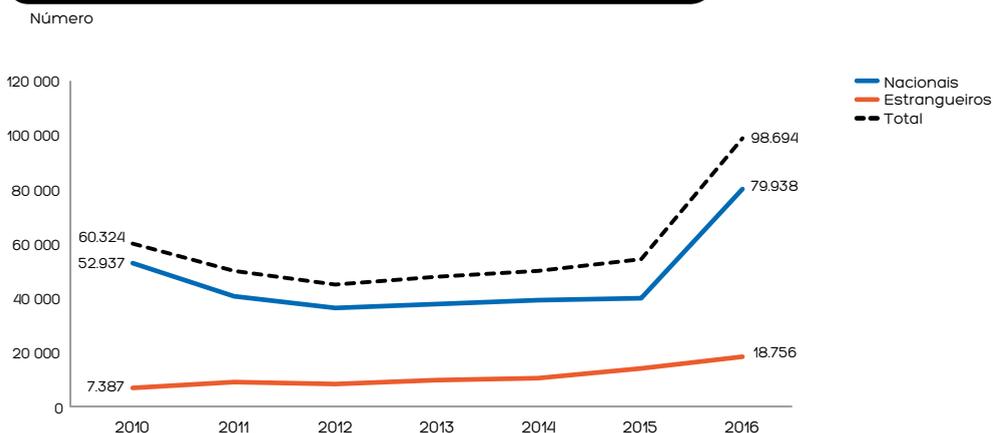
Fontes: equipa central do EPMN a partir de Ficha de atividades preenchida pela equipa do MNSR. Período de referência: 03/12/2014 a 02/12/2015 (recolha dos dados); DGPC, Relatórios de Atividades 2014 e 2015.

## 2.4. VISITANTES

Tendo em conta os anos limite do período 2010 a 2016 constata-se um crescimento de 64% no número total de visitantes que passa de 60,3 mil para 98,7 mil (gráfico 4). Contudo, isso não dá conta da evolução verificada. De facto, regista-se uma diminuição de 2010 para 2013 seguida de ligeira recuperação nos anos seguintes e forte crescimento de 2015 para 2016. A evolução ao

longo do período diferencia-se consoante se trata de visitantes nacionais ou estrangeiros. Quanto a estes o crescimento é gradual e contínuo ao longo do período considerado. Pelo contrário, os visitantes nacionais - que são maioritários neste Museu e permitem explicar a evolução verificada - registam uma ligeira diminuição até 2012, manutenção nos três anos seguintes e acentuado aumento em 2016.

**GRÁFICO 4 - VISITANTES DO MNSR POR ANO (2010-2016)**



Fonte: DGPC, Estatísticas de visitantes.

O referido aumento deve-se, sobretudo, a exposições temporárias de grande impacto e afluência de público como é o caso da exposição "Amadeo de Souza-Cardoso, Porto-Lisboa, 2016-1916" patente no MNSR de 1 de novembro de 2016 a 1 de janeiro de 2017. De qualquer modo, acrescente-se, este aumento surge após a inquirição aos públicos no âmbito do EPMN.

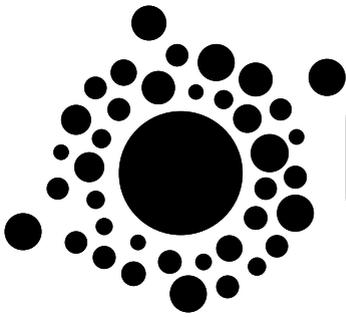


OSPINER

03

# OS PÚBLICOS

3.1. Quem visita?	43
3.2. Qual a relação com o museu?	56
3.3. Com quem visitam?	58
3.4. Qual a duração e as motivações da visita?	59
3.5. Como se informam sobre a visita?	63
3.6. Que avaliações fazem do museu e da exposição?	66
3.7. Qual a notoriedade e visita aos monumentos, palácios e museus da DGPC?	76
3.8. Que posicionamentos face à gratuitidade?	83
3.9. Quais as motivações, práticas e frequência de visita a museus?	87
3.10. Quais as práticas culturais?	92



ESTUDO  
**PÚBLICOS**  
DE **MUSEUS** NACIONAIS

# 03 OS PÚBLICOS

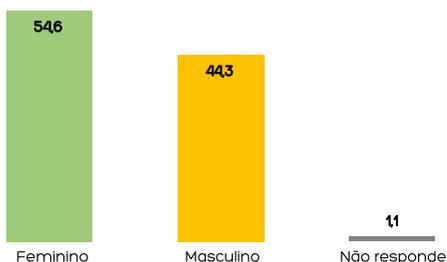
## 3.1. QUEM VISITA

Neste ponto apresentam-se os resultados do inquérito<sup>5</sup> aos públicos do Museu Nacional de Soares dos Reis (MNSR) no âmbito do EPMN segundo as principais variáveis de caracterização sociográfica - sexo, idade, escolaridade, condição perante o trabalho, grupos profissionais, tipologia ACM, agregado familiar, nacionalidade e residência - de modo a responder à questão que o orienta - Quem visita o MNSR?

Assim, quanto à distribuição por sexo, os públicos do Museu caracterizam-se por uma maior presença feminina, representando 55% do total de inquiridos (gráfico 5), tal como em estudos anteriores (Santos e Varejão, 2015: 104).

**GRÁFICO 5 - SEXO**

Percentagem



n = 908.

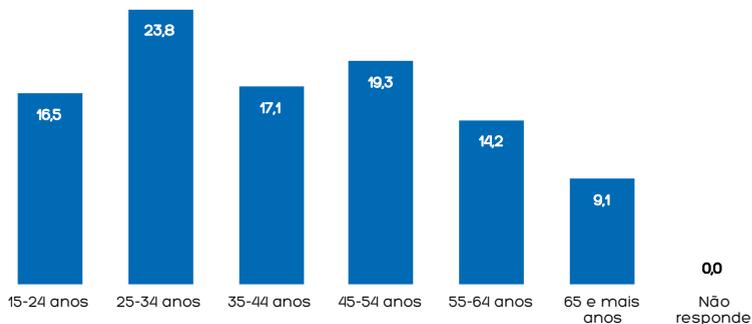
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Os públicos do MNSR são, na sua maioria, jovens e jovens adultos uma vez que 57% tem até 44 anos e o escalão etário mais representado é o dos 25 aos 34 anos (24%). Complementarmente, constata-se o reduzido peso dos escalões mais velhos: são 14% os que têm entre 55-64 anos e 9% os que têm mais de 65 anos (gráfico 6).

<sup>5</sup> Qui-quadrado estatisticamente significativo em todos os cruzamentos deste capítulo 3 ( $p \leq 0,05$ ).

## GRÁFICO 6 - IDADE

Percentagem



n = 908.

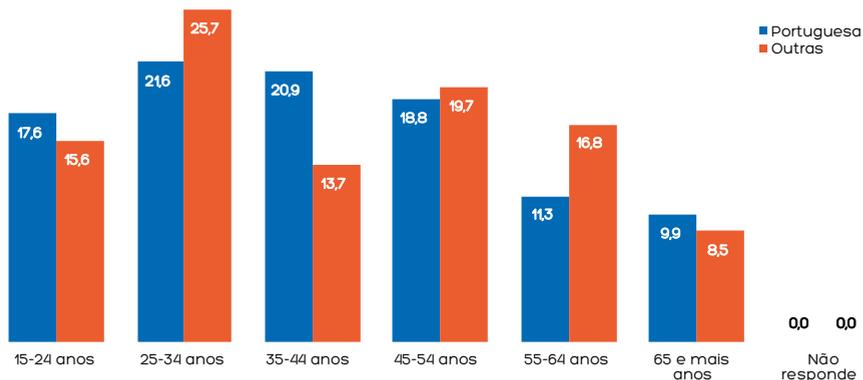
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Em comparação com os resultados globais do EPMN a média de idades dos públicos do MNSR é muito próxima (41 contra 42 anos). Em termos de distribuição por escalões etários, os públicos com menos de 35 anos representam 40% da amostra do MNSR ao passo que nos resultados globais do EPMN representam 37%.

Cruzando os dados referentes à Idade com a Nacionalidade é possível identificar algumas diferenças relevantes. Assim, os estrangeiros são predominantes nos escalões 25-34 anos (26% dos estrangeiros contra 22% dos nacionais) e 55-64 anos (17% contra 11%), ao passo que os nacionais se destacam no escalão 35-44 anos (21% dos nacionais contra 14% dos estrangeiros) e também nos escalões extremos (15-24 anos e 65 e mais anos) (gráfico 7).

## GRÁFICO 7 - IDADE POR NACIONALIDADE

Percentagem



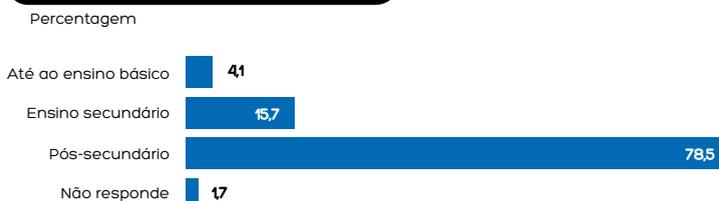
n = portuguesa (426); outras (482).

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

Tomando como referência a média das idades verifica-se que a dos estrangeiros é ligeiramente mais elevada do que a dos nacionais (42 e 41 anos, respetivamente).

A larga maioria dos públicos do MNSR possui níveis de escolaridade elevados, uma vez que a quase totalidade dos inquiridos (pelo menos) terminou o ensino secundário (94%) e mais de três quartos (79%) detêm um nível de instrução superior (pós-secundário), resultado que está em linha com estudos anteriores sobre os públicos deste Museu (Santos e Varejão, 2015: 104) e que confirma a relação entre os níveis de escolaridade e as frequências das práticas culturais, em particular de visita a museus, já destacada noutros estudos.

### GRÁFICO 8 - ESCOLARIDADE



n = 908.

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

Mais especificamente, 38% dos públicos do MNSR é licenciado, 30% é mestre e 11% doutorado. A este elevado peso da formação de nível superior, acresce uma reduzida percentagem de inquiridos com escolarizações inferiores: 3% completou um curso profissional, 12% detêm o 12º ano (secundário) e 4% tem o 3º ciclo do ensino básico (antigo 9º ano).



As casas brancas de Capri, Henrique Pousão, DGPC/MNSR

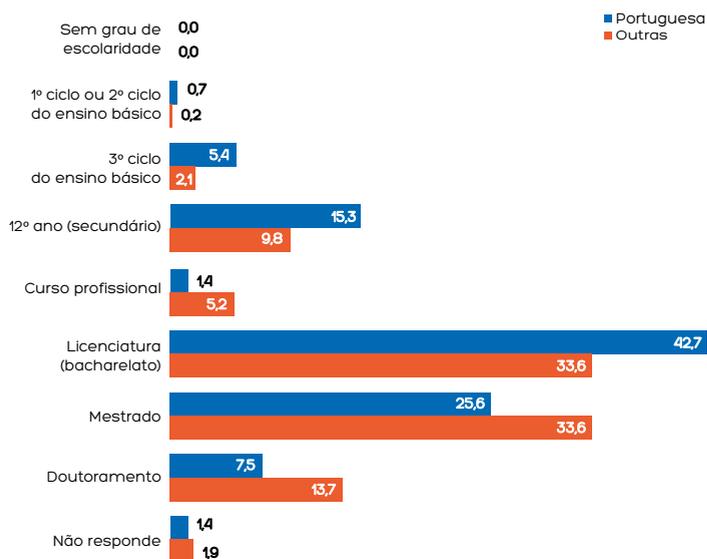
Na comparação com os resultados globais do EPMN a qualificação escolar dos públicos do MNSR é das mais elevadas: 79% tem níveis pós-secundários, ao passo que no EPMN o valor situa-se nos 73%.

A comparação dos níveis de escolaridade dos públicos nacionais com os dos estrangeiros evidencia uma mais elevada escolarização destes (81% contra 76% dos públicos nacionais com Pós-secundário) e, complementarmente, os graus de escolaridade menos elevados têm maior peso junto dos públicos nacionais (gráfico 9).

Uma leitura mais detalhada permite constatar que o grau de licenciatura é mais significativo para os públicos nacionais do que para os estrangeiros (43% dos nacionais contra 34% dos estrangeiros) e que entre os públicos com nível de ensino superior, são os estrangeiros que mais registam os graus académicos de mestrado e doutoramento (que somados perfazem 47% dos públicos estrangeiros contra 33% dos nacionais).

### GRÁFICO 9 - ESCOLARIDADE POR NACIONALIDADE

Percentagem

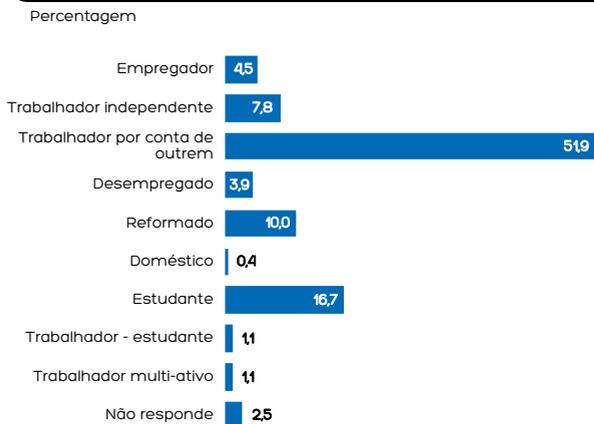


n = portuguesa (426); outras (482).  
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Quanto à composição dos públicos segundo a condição perante o trabalho, é a categoria referente aos Trabalhadores por conta de outrem que se evidencia (52%), à qual se seguem, de forma distanciada, as categorias dos estudantes

(17%) e dos reformados (10%) (gráfico 10), estas duas categorias com peso próximo dos resultados em estudo anterior (Santos e Varejão, 2015: 104).

### GRÁFICO 10 - CONDIÇÃO PERANTE O TRABALHO

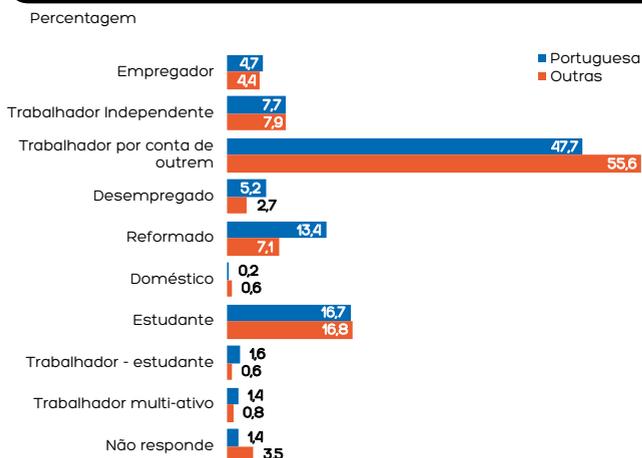


n = 908.

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

Segmentando a informação relativa à condição perante o trabalho com base na nacionalidade dos públicos, salienta-se que na categoria mais representada, a dos trabalhadores por conta de outrem, a percentagem de públicos estrangeiros (56%) é substancialmente superior à dos nacionais (48%) (gráfico 11).

### GRÁFICO 11 - CONDIÇÃO PERANTE O TRABALHO POR NACIONALIDADE



n = portuguesa (426); outras (482).

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

Em relação às outras categorias da condição perante o trabalho verifica-se uma grande proximidade nas percentagens, com exceção da condição de reformado que é predominante nos públicos nacionais (13% contra 7% dos públicos estrangeiros) e de desempregado (5% contra 3% dos estrangeiros).

Também importante na caracterização dos públicos do MNSR é o Grupo profissional a que pertencem, variável construída com base na Classificação Portuguesa das Profissões - CPP 2010 (INE, 2011). Assim, o gráfico 12 permite dar conta da distribuição dos inquiridos segundo os grandes grupos profissionais e destacar que, de entre os públicos ativos profissionalmente, uma larga maioria (63%) se enquadra no grupo dos especialistas das atividades intelectuais e científicas. Segue-se, a larga distância, o grupo dos representantes do poder legislativo e executivo, diretores e gestores (10%) e o dos técnicos e profissões de nível intermédio (9%) e o dos técnicos e profissões de nível intermédio (9%).



DGPC/MNSR

## GRÁFICO 12 - GRUPOS PROFISSIONAIS

Percentagem



n = 729.

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

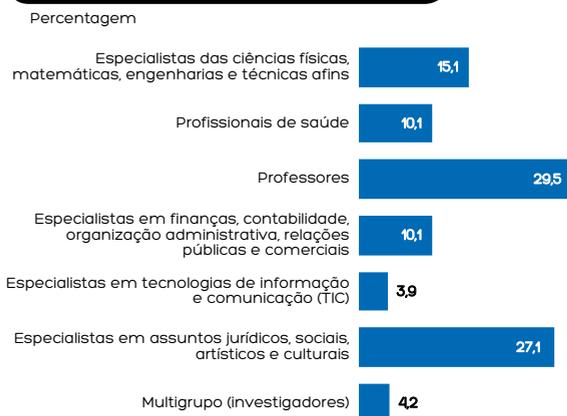
Notas: com base na CPP 2010. Outros grandes grupos inclui os grupos Profissões das Forças Armadas, Agricultores e trabalhadores qualificados da agricultura, pescas e da floresta, Trabalhadores qualificados da indústria, construção e artífices, Operadores de instalações e máquinas e trabalhadores da montagem e Trabalhadores não qualificados.

Na comparação com os resultados globais do EPMN a percentagem de especialistas das atividades intelectuais e científicas no MNSR é das mais elevadas com 63% contra 61%.

O gráfico 13 desagrega o grande grupo dos especialistas das atividades intelectuais e científicas, caracterizando os principais sub-grupos que o compõem, onde se encontram, com expressão significativa, os professores dos vários níveis de ensino (30%) - outra regularidade dos estudos de públicos da cultura - e os especialistas em assuntos jurídicos, sociais, artísticos e culturais (27%) entre os quais se destacam os advogados, economistas e jornalistas. No conjunto, estes dois contingentes representam mais de metade dos inquiridos deste grande grupo.

### GRÁFICO 13 - ESPECIALISTAS DAS ATIVIDADES INTELECTUAIS

#### E CIENTÍFICAS POR SUB-GRUPO



n = 457.

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

Outros sub-grupos com expressão significativa são, por um lado, os especialistas das ciências físicas, matemáticas, engenharias e técnicas afins (15%) e, por outro lado, os profissionais de saúde e os especialistas em finanças, contabilidade, organização administrativa, relações públicas e comerciais (ambos com 10%). Os restantes sub-grupos ficam abaixo de 5%.

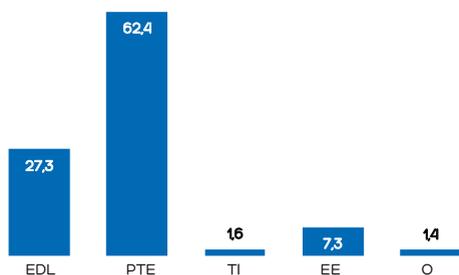
Uma vez analisados os grupos profissionais, pretende-se agora compreender de que forma se distribuem os públicos de acordo com a Tipologia ACM (Almeida, Costa e Machado, 1988; Costa, 1999; Costa e Mauritti, 2018). O gráfico 14 mostra que, dos públicos que desempenham ou desempenharam uma

atividade profissional, a maioria (62%) pertence ao tipo profissionais técnicos e de enquadramento (PTE) - resultado que, com maior ou menos expressão, também constitui uma regularidade na composição dos públicos da cultura. E se a este se juntar o tipo empresários, dirigentes e profissionais liberais (EDL) constata-se que a estes dois tipos correspondem a 90% dos públicos.

Os demais tipos apresentam valores muito baixos, destacando-se, ainda assim, a presença de 7% de empregados executantes (7%).

#### GRÁFICO 14 - TIPOLOGIA ACM

Porcentagem



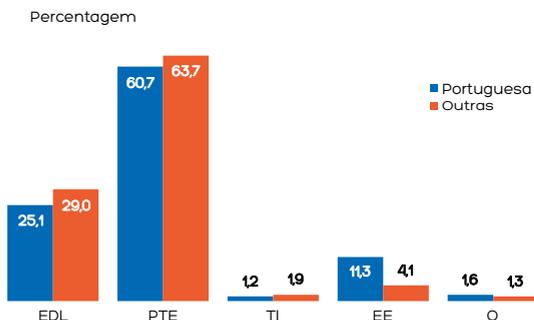
n = 564.

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

Legenda: EDL - Empresários, Dirigentes e Profissionais Liberais; PTE - Profissionais Técnicos e de Enquadramento; TI - Trabalhadores Independentes; EE - Empregados Executantes; O - Operários.

Quanto à distribuição da Tipologia ACM por nacionalidade acentua-se ligeiramente o peso dos estrangeiros nos tipos profissionais técnicos e de enquadramento (64% contra 61%) e empresários, dirigentes e profissionais liberais (29% contra 25%), ao passo que os públicos nacionais estão mais representados no tipo empregados executantes (11% contra 4% nos estrangeiros) (gráfico 15). Confirmam-se assim, também por esta via, os mais elevados níveis de qualificação, agora do ponto de vista das inserções profissionais, dos públicos estrangeiros face aos nacionais.

### GRÁFICO 15 - TIPOLOGIA ACM POR NACIONALIDADE



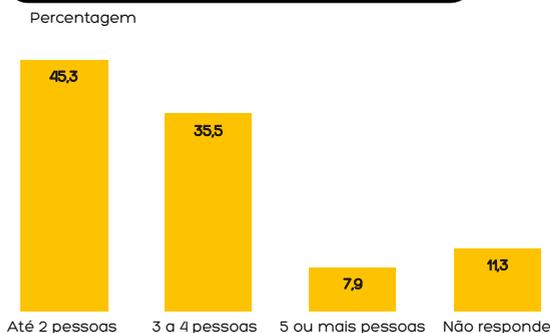
n = portuguesa (247); outras (317).

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

Legenda: EDL - Empresários, Dirigentes e Profissionais Liberais; PTE - Profissionais Técnicos e de Enquadramento; TI - Trabalhadores Independentes; EE - Empregados Executantes, O - Operários.

Um outro elemento de caracterização dos públicos é a composição do agregado familiar. Assim, 45% das estruturas familiares representadas compreendem até 2 pessoas (que corresponde tipicamente ao casal), os agregados de 3 a 4 pessoas a 36% e as famílias mais numerosas são menos do que 8% (gráfico 16).

### GRÁFICO 16 - AGREGADO FAMILIAR



n = 908.

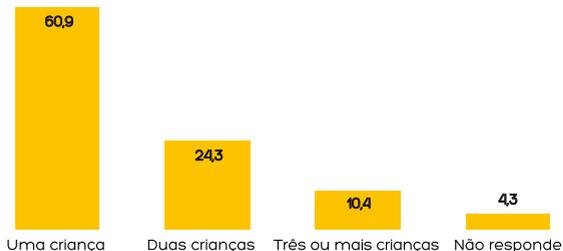
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Ainda no que diz respeito ao agregado familiar, 84% dos públicos refere não ter crianças nem jovens até aos 12 anos a seu cargo - os quais, lembre-se, têm entrada gratuita nos museus da DGPC. Dos públicos que declaram ter filhos (13% do total), mais de metade (61%) tem apenas uma, 24% respondeu ter duas, sendo o escalão menos representado o dos agregados com três ou mais (gráfico 17).

## GRÁFICO 17 - AGREGADOS FAMILIARES POR NÚMERO

### DE CRIANÇAS E JOVENS

Percentagem



n = 115.

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

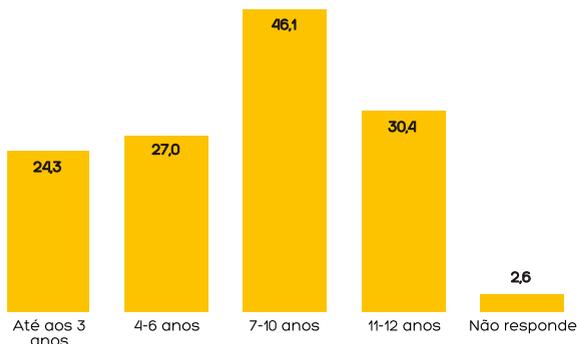
Na comparação com os resultados globais do EPMN, o MNSR regista uma menor presença de públicos que declara ter crianças e jovens com idades até aos 12 anos a seu cargo (13% no MNSR contra 19% no EPMN).

Relativamente à idade, verifica-se que a grande maioria dos agregados tem crianças e jovens com mais de 7 anos (gráfico 18). O escalão que regista a percentagem mais elevada é 7-10 anos (46%), ao passo que o com menos peso é o dos agregados familiares com crianças até aos 3 anos (24%).

## GRÁFICO 18 - IDADE DAS CRIANÇAS E JOVENS DOS

### AGREGADOS FAMILIARES

Percentagem



n = 115.

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

Nota: variável múltipla.

Passando para a análise das variáveis relacionadas com a nacionalidade dos públicos do MNSR importa lembrar, em primeiro lugar, que os públicos estrangeiros são maioritários (53%) - valor que, aliás, coincide com o conjunto dos museus participantes no EPMN.

Em relação aos estrangeiros, tendo obtido respostas por parte de 40 nacionalidade diferentes (no conjunto dos museus participantes são 99) - o que atesta a diversidade de origens e de idiomas - constata-se que 87% do total provêm de países europeus - tal como verificado em anterior estudo (Santos e Varejão, 2015: 98-99) - que 5% são oriundos da América do Norte, 4% da Ásia e 3% da América do Sul.

Na comparação com os resultados globais do EPMN, o MNSR regista uma maior presença de públicos provenientes de países europeus (87% contra 75% no EPMN) e asiáticos (4% contra 2% do EPMN). É um dos museus em que o contingente de franceses é mais elevado, 16 pontos percentuais acima da média (41% contra 25%).

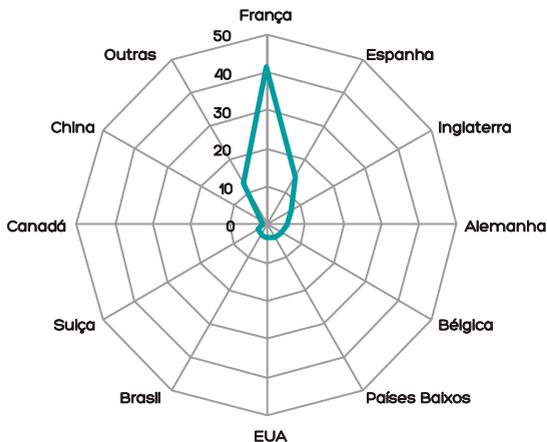
Como se pode observar a partir do gráfico 19, a nacionalidade mais representada entre os estrangeiros é a francesa (41%). À escala europeia, são os públicos espanhóis os que registam o segundo maior contingente (14%), seguidos dos ingleses (7%) e os alemães (5%). Fora da Europa, salientam-se os públicos oriundos dos EUA e do Brasil (ambos com 3%). Note-se que em anterior estudo de públicos do MNSR atrás referido se evidenciava a presença maioritária de públicos de nacionalidade francesa seguidos, a larga distância, dos espanhóis (Santos e Varejão, 2015: 98-99).



© Desterrado, António Soares dos Reis, DGPC/MNSR

## GRÁFICO 19 - PÚBLICOS ESTRANGEIROS POR PAÍS

Percentagem



n = 481.

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

Tendo em conta a importância quantitativa dos movimentos migratórios recentes de e para Portugal, procedeu-se ao cruzamento das variáveis nacionalidade e local de residência. Assim, através do gráfico 20 é possível verificar que 2% do total de públicos portugueses são emigrantes residentes no estrangeiro (por motivos de estudo, trabalho ou outros) e que 3% dos públicos estrangeiros são imigrantes com residência habitual em Portugal.

## GRÁFICO 20 - NACIONALIDADE E RESIDÊNCIA

Percentagem



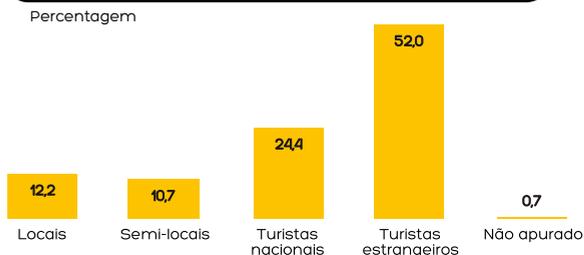
n = 908.

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

No que diz respeito à proximidade geográfica, variável que procura estabelecer a capacidade de atração de públicos ao Museu segundo o local de residência (Eidelman e Céroux, 2009), percebe-se que são (como se esperaria) os turistas estrangeiros os mais representados com uma percentagem de 52% (gráfico 21). Os turistas nacionais, ou seja, os que residem habitualmente noutros

concelhos em Portugal que não o do Porto e limítrofes, representam 24% da amostra. Por outro lado, os públicos locais (que residem no mesmo concelho do Museu, neste caso o Porto) representam 12%, valor que se aproxima bastante da atração de públicos classificados como semi-locais (residentes nos concelhos limítrofes do Porto) com 11%.

### GRÁFICO 21 - PROXIMIDADE GEOGRÁFICA



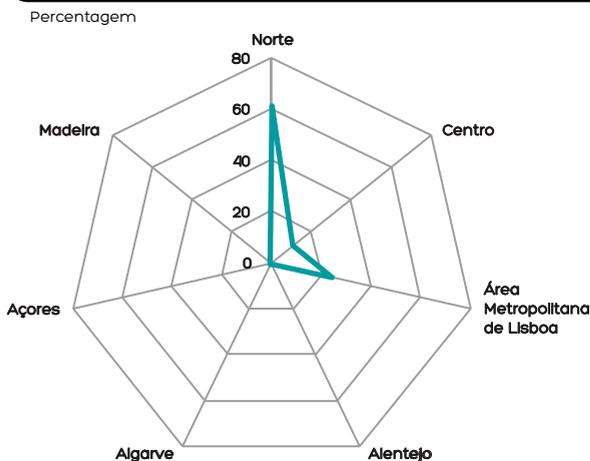
n = 908.

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

Nota: locais - concelho do museu; semi-locais - concelhos limítrofes; turistas nacionais - outros concelhos em Portugal; turistas estrangeiros - outros países.

Centrando agora a análise na distribuição dos públicos nacionais pela região de residência verifica-se que a maioria (62%) provém de concelhos localizados na região do Museu, a região Norte (gráfico 22).

### GRÁFICO 22 - PÚBLICOS NACIONAIS POR REGIÃO DE RESIDÊNCIA



n = 430.

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

Nota: as regiões correspondem à NUTS II.

Ainda nesta região, do ponto de vista da proveniência por concelho realce-se, naturalmente, o Porto, mas também concelhos limítrofes como Matosinhos, Maia, Gondomar e Vila Nova de Gaia. Nas outras regiões salientam-se 25% que residem na Área Metropolitana de Lisboa e 11% na região Centro. Comparativamente com a estrutura populacional do país é visível a sobrerrepresentação dos residentes na região Norte e a sub-representação da região Centro e da AML.

## 3.2. QUAL A RELAÇÃO COM O MUSEU?

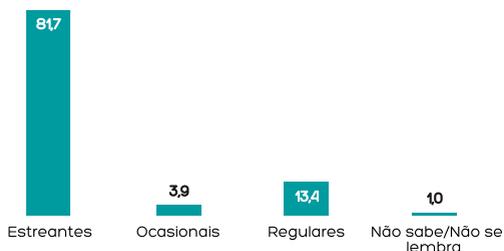
Neste ponto dá-se conta do tipo de relação dos públicos com o MNSR, das eventuais visitas anteriores e da frequência dessas visitas.

### TIPO DE RELAÇÃO

No que diz respeito ao tipo de relação dos públicos com o MNSR confirma-se que a maior parte é composta por estreantes (Santos e Varejão, 2015: 110-111), de um modo muito acentuado (82%) (gráfico 23). Por outro lado, os públicos regulares representam 13% do total, o que denota uma taxa de fidelização relativamente baixa. Ainda assim, considerando apenas o conjunto dos públicos portugueses, identifica-se a presença de 28% de públicos regulares e 63% de estreantes, em comparação com 1% de regulares e 99% de estreantes entre os estrangeiros. Assim, ao contrário da primeira visita ao Museu, a repetição é fortemente condicionada pela proximidade geográfica.

**GRÁFICO 23 - RELAÇÃO COM O MNSR**

Percentagem



n = 908.

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

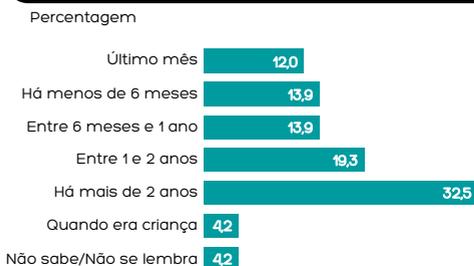
Legenda: estreantes (primeira vez); ocasionais (duas vezes); regulares (três ou mais vezes).

### VISITAS ANTERIORES

Reforçando o acima mencionado a propósito do tipo de relação evidencia-se imediatamente que 33% realizou a visita há mais de 2 anos ou que 19% o fez entre 1 e 2 anos antes da visita em que foram inquiridos (gráfico 24). Verifica-se também

uma incidência relevante de visitas realizadas há menos tempo, até 6 meses (14%) ou entre 6 meses e 1 ano (também 14%) antes de terem sido inquiridos no âmbito do EPMN. Saliencia-se ainda a baixa percentagem de públicos que apenas tinha visitado o Museu quando era criança (4%).

### GRÁFICO 24 - VISITA ANTERIOR AO MNSR



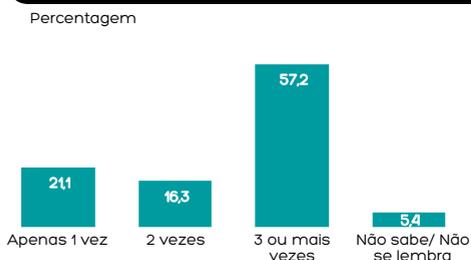
n = 166.

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

### NÚMERO DE VISITAS ANTERIORES

Em relação à quantificação da recorrência da visita (cuja base de análise são os públicos que visitaram mais de uma vez o Museu), evidencia-se o escalão mais elevado (3 ou mais vezes), ou seja, os que voltam ao MNSR fazem-no com elevada regularidade (gráfico 25). Assim, dos públicos que repetem a visita a maior parte (57%) regressa ao MNSR 3 ou mais vezes, e 16% pelo menos duplica as experiências de visita.

### GRÁFICO 25 - NÚMERO DE VISITAS ANTERIORES AO MNSR



n = 166.

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

Na comparação com os resultados globais do EPMN, o MNSR é um dos que regista mais elevada recorrência da visita por parte dos públicos: 57% visitaram-no 3 ou mais vezes, valor que se situa nove pontos percentuais acima do total dos museus participantes no EPMN (48%).

### 3.3. COM QUEM VISITAM?

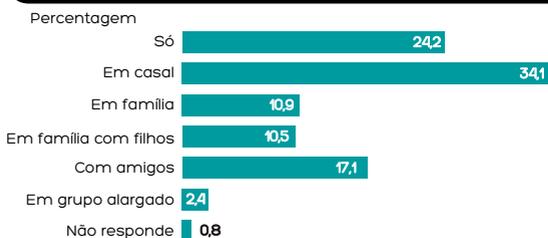
Neste ponto apresentam-se as várias modalidades de acompanhamento dos públicos na visita ao MNSR.

#### MODALIDADE DE ACOMPANHAMENTO

Um primeiro aspeto em análise refere-se à modalidade de acompanhamento na visita ao Museu. A leitura do gráfico 26 confirma que a maioria dos públicos realizou a visita acompanhado, sobretudo em casal (34%). De resto, 76% refere ter visitado acompanhado, confirmando assim a ida a museus como uma experiência partilhada com outras pessoas<sup>6</sup>, sendo que, ainda assim, 24% afirma realizá-la solitariamente.



GRÁFICO 26 - MODALIDADE DE ACOMPANHAMENTO AO MNSR



n = 908.

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

Na comparação com os resultados globais do EPMN, a visita só é, no MNSR, mais significativa do que no resto dos museus (24% contra 19% no EPMN).

<sup>6</sup> A visita em grupo alargado inclui as visitas de grupo. Embora se tenha em conta a relevância desta modalidade na visita a museus, tanto a base de sondagem como os dados do inquérito relativos aos públicos em grupos organizados, em particular os constituídos por estrangeiros, apresentam limitações e estão provavelmente sub-representados (Mironer, Aumasson e Fourteau, 2001: 188; 435). Os dados refletem mais as limitações do método do que o peso real desta forma específica de visita (Bounia *et al.*, 2012: 16), pelo que os resultados inibem análises detalhadas e devem ser lidos com cautelas.

Observando a modalidade de acompanhamento em relação à nacionalidade dos públicos, nota-se que os estrangeiros visitam o MNSR sobretudo em casal (72%) alcançando uma percentagem superior à dos portugueses (53%). Por outro lado, há mais portugueses a efetuar a visita em família, acompanhados pelos filhos ou por outros membros da família (22% e 24% respetivamente), do que os estrangeiros (respetivamente 8% e 11%). A visita com amigos apresenta ligeiras diferenças nestes dois contingentes (23% dos portugueses contra 19% dos estrangeiros).

### 3.4. QUAL A DURAÇÃO E AS MOTIVAÇÕES DA VISITA?

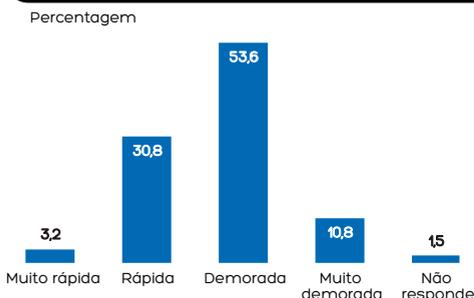
Neste ponto reportam-se os resultados referentes à duração da visita, às modalidades de ingresso e às motivações que estiveram na base da visita realizada.

#### DURAÇÃO DA VISITA

No que toca à duração da visita, 64% dos públicos do MNSR afirma ter dedicado mais do que uma hora à experiência (gráfico 27).

Mais especificamente, 54% dos públicos responde ter feito uma visita demorada (nisto se distinguindo de boa parte dos museus observados, com valores mais baixos uma vez que a média nesta duração é 37%) e 11% muito demorada. No entanto, 31% dos inquiridos referem ter realizado uma visita rápida ao Museu. Outro aspeto a destacar é a incidência muito baixa das respostas relativas às visitas muito rápidas, ou seja, num máximo de meia hora (3%).

**GRÁFICO 27 - DURAÇÃO DA VISITA AO MNSR**



n = 908.

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

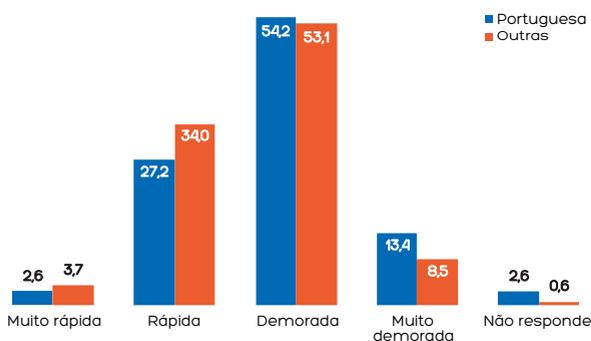
Nota: muito rápida (<30min); rápida (30min a 1h); demorada (1h a 2h); muito demorada (mais de 2 horas).

Na comparação com os resultados globais do EPMN a duração das visitas ao MNSR é das mais demoradas. Isso evidencia-se sobretudo com os que dependem entre uma a duas horas a percorrer o Museu (54% no MNSR contra 37% no total de museus participantes no Estudo).

Cruzando a duração da visita com a nacionalidade é possível observar que os públicos estrangeiros realizam visitas ligeiramente menos demoradas que os públicos nacionais (gráfico 28), tendendo estes últimos a dispensar um pouco mais de tempo na visita ao museu. Repare-se, por exemplo, que 13% dos públicos nacionais excederam as duas horas de visita contra 9% dos públicos estrangeiros.

### GRÁFICO 28 - DURAÇÃO DA VISITA AO MNSR POR NACIONALIDADE

Percentagem



n = portuguesa (426); outras (482).

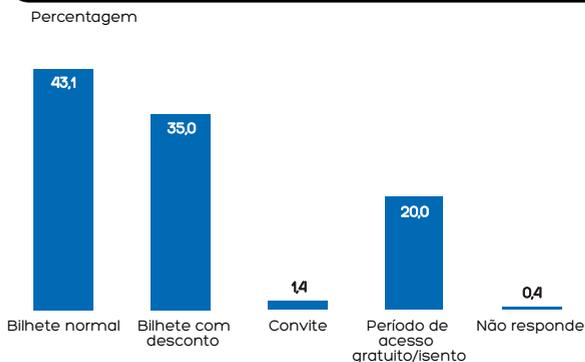
Fonte: DGPC/CIES-IJUL, EPMN, 2015.

Nota: muito rápida (<30min); rápida (30min a 1h); demorada (1h a 2h); muito demorada (mais de 2 horas).

### INGRESSO PARA A VISITA

Tal como a generalidade dos museus da DGPC, e como é aliás usual nos museus com entrada paga, a entrada no MNSR pode corresponder a um bilhete com o valor normal, a um dos diversos tipos com desconto, ou mesmo isenção<sup>7</sup>. Observando então os resultados do inquérito em relação ao ingresso dos públicos, 43% dos inquiridos adquire o bilhete normal de ingresso (gráfico 29). É, portanto, maioritário o contingente dos que não pagaram o valor total do bilhete, ou porque obtiveram desconto (35%) ou porque estão isentos e/ou ingressaram em período de acesso gratuito (20%).

## GRÁFICO 29 - INGRESSO PARA A VISITA AO MNSR



n = 908.

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

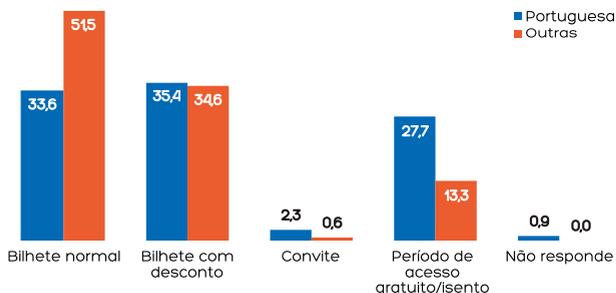
Face aos resultados globais do EPMN, no MNSR o ingresso com bilhete normal é bastante menor (menos 11 pontos percentuais). Esta diferença é compensada, de forma equilibrada, com um maior ingresso com desconto ou em períodos de acesso gratuito.

Analisando esta variável do ingresso cruzada com a nacionalidade observam-se discrepâncias relevantes entre públicos nacionais e estrangeiros (gráfico 30). Assim, na opção de ingresso mediante bilhete normal constata-se uma percentagem de estrangeiros (52%) mais elevada em comparação com a dos portugueses (33%), o que se pode ficar a dever a diversas razões, designadamente a determinação do momento da visita ser feita não tanto em função dos períodos de entrada gratuita, mas sim da pouca disponibilidade de tempo e/ou terem mais acentuadamente do que os portugueses características que não correspondem às várias categorias de desconto (designadamente os públicos em idade ativa). Por outro lado, verifica-se que entre os portugueses estão significativamente mais representados (28%) os públicos abrangidos por acessos gratuitos/isentos em comparação com os de outras nacionalidades (13%).

Quanto às restantes opções as diferenças registadas são pequenas (um ou dois pontos percentuais), sobressaindo os estrangeiros nos bilhetes com desconto e os portugueses nos convites.

## GRÁFICO 30 - INGRESSO PARA A VISITA AO MNSR POR NACIONALIDADE

Percentagem



n = Portuguesa (426) Outras (482).  
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

### MOTIVAÇÕES DA VISITA

Após a análise da duração da visita e das modalidades de ingresso ao MNSR observa-se agora de forma detalhada as motivações da visita as quais se situam em três patamares (gráfico 31). O interesse pelo Museu é a opção de resposta com mais adesão (88%), à qual se associa, com elevada importância, conhecer ou rever a exposição permanente (69%).

Noutro patamar percentual situam-se ver ou rever a exposição temporária, acompanhar familiares e amigos (ambos com 38%), visitar o parque/jardim (34%) e as razões profissionais e de estudo (28%) como motivos relevantes, embora a larga distância do interesse pelo Museu e de conhecer, ou rever, a exposição permanente.

As restantes apresentam percentagens mais baixas, sendo as visitas guiadas, assistir a atividades culturais e assistir a espetáculos motivações referidas por 13%, enquanto participar em atividades específicas para crianças, seniores ou outros grupos, regista 9%, motivações dirigidas de todo o modo para atividades destinadas a nichos de públicos.



Báculo episcopal, António Arrighi II, DGPC/MNSR.

### GRÁFICO 31 - MOTIVAÇÕES DA VISITA AO MNSR



n = 887.

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

Nota: a pergunta apresenta a seguinte escala: muito importante; importante; pouco importante; e nada importante. As percentagens resultam da soma de muito importante e importante.

## 3.5. COMO SE INFORMAM SOBRE A VISITA?

Neste ponto é focada a consulta prévia de informação sobre a visita realizada ao Museu e os vários meios de informação consultados.

### MEIOS DE INFORMAÇÃO CONSULTADOS

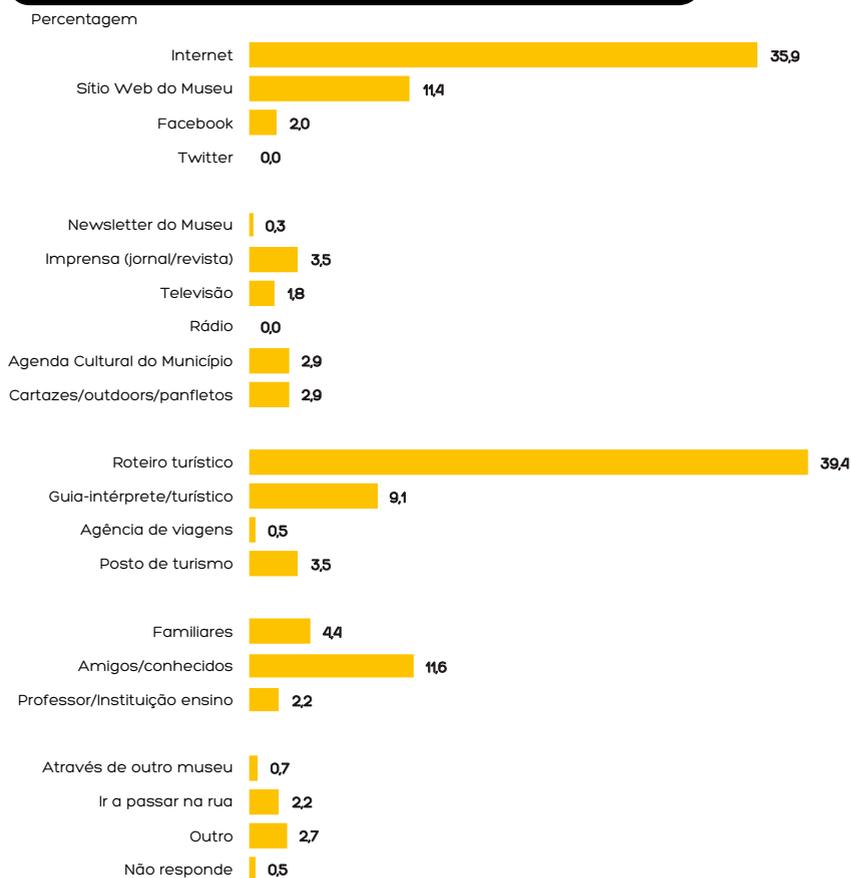
A maioria dos públicos do MNSR (66%) consultou algum meio de informação antes de efetuar a visita, uma prática com maior prevalência entre os públicos estrangeiros (79%) do que entre os nacionais (51%).

Em comparação com os resultados globais do EPMN, os públicos do MNSR são dos que mais se informam previamente à visita (66% no MNSR contra 60% no total de museus participantes no Estudo).

Entre os meios de informação consultados destacam-se claramente dois, o roteiro turístico e a Internet, com 39% e 35%, respetivamente (gráfico 32). Em seguida, é o fator social de recomendação que surge - amigos e conhecidos - muito próximo do sítio web do Museu (ambos entre 11% e 12%).

Entre os meios com menos influência junto dos públicos refira-se o Facebook (2%) e o Twitter (0%), o que sugere que o Museu usa(va) pouco as novas tecnologias de informação, e em particular as redes sociais nas estratégias comunicacionais, na linha de estudos anteriores (Pinto, 2013).

### GRÁFICO 32 - MEIOS DE INFORMAÇÃO CONSULTADOS



n = 596.

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

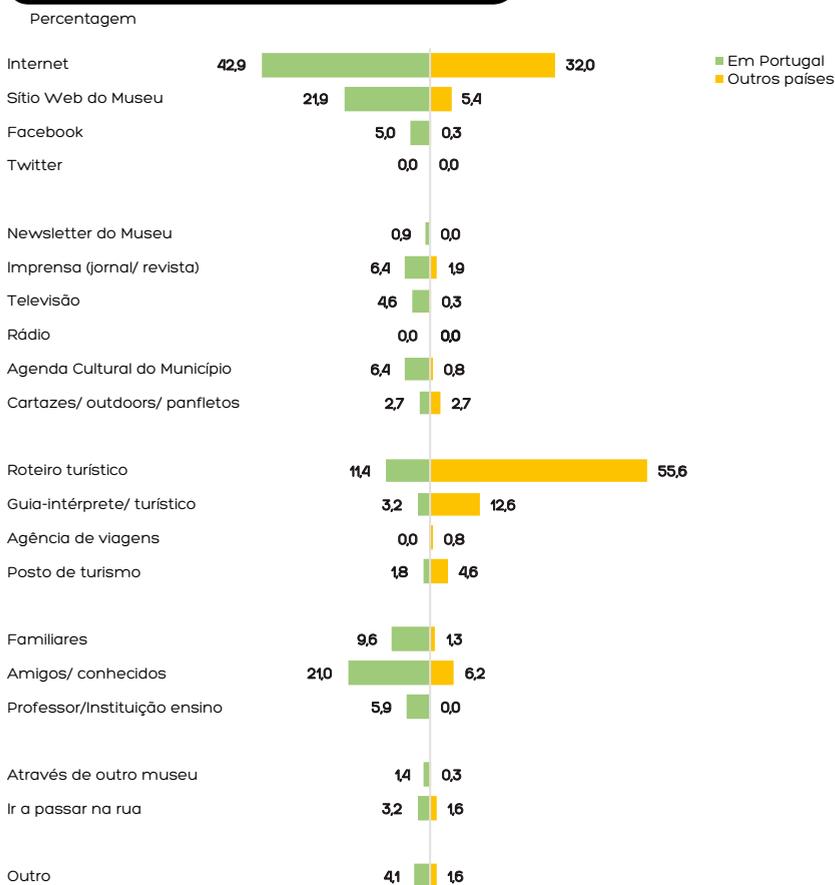
Nota: variável múltipla. Todas as opções de resposta são pré-definidas com exceção de professor/instituição de ensino, que decorre da recodificação das respostas à opção outro.

Em comparação com os resultados globais do EPMN, os públicos do MNSR são dos que mais recorrem ao roteiro turístico (39%, mais nove pontos percentuais que o conjunto dos museus participantes) e, simultaneamente, dos que menos fazem recurso da informação de amigos e conhecidos (12%, menos cinco pontos do que no EPMN).

Tendo presente que a maioria dos públicos do MNSR são estrangeiros (53%), procedeu-se ao cruzamento dos meios de informação consultados com o local de residência habitual dos inquiridos. A partir do gráfico 33 confirma-se que os meios de informação específicos para turistas são mais utilizados pelos residentes no estrangeiro - roteiros (56%), guias-intérpretes/turísticos (13%) e postos de turismo (5%). Estes são todos itens em que os residentes em Portugal registam percentagens inferiores de resposta.

### GRÁFICO 33 - MEIOS DE INFORMAÇÃO CONSULTADOS

#### POR LOCAL DE RESIDÊNCIA HABITUAL



n = em Portugal (219); outro país (372).

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

Nota: variável múltipla. Excluem-se as não respostas.

A Internet é o meio de informação preferencial para uma parte substancial dos públicos residentes em Portugal (43%), em comparação com os 32% de residentes no estrangeiro. Os nacionais são também os que mais consultam o sítio web do Museu (22%), o Facebook (5%), bem como os mais propensos a consultar a comunicação social, em particular a imprensa (6%) e a agenda cultural do município (também 6%).

As relações de convivalidade são também muito significativas e os amigos e conhecidos são considerados como fontes atendíveis de informação por 21% dos residentes em Portugal e por 6% dos que habitam no estrangeiro. Refira-se igualmente o papel desempenhado pelos familiares (9% no caso dos residentes nacionais e 3% dos residentes em outros países) bem como o peso dos professores e das escolas (5% no caso dos residentes nacionais).

A grande maioria dos públicos recorreu a uma única fonte de informação (73%), ao passo que 24% utilizou duas ou, no máximo, três fontes. Entre aqueles, as combinatórias mais comuns destacam as que incluem a Internet: Internet/Sítio Web do Museu; Internet/Roteiro turístico; Internet/Amigos e Internet/Imprensa.

## 3.6. QUE AVALIAÇÕES FAZEM DO MUSEU E DA EXPOSIÇÃO?

Neste ponto faz-se a análise das avaliações diretas de um conjunto de aspetos relacionados com o Museu. Pelo carácter avaliativo de que se revestem incluem-se ainda neste ponto a análise das expectativas iniciais quanto aos conteúdos expositivos, a recomendação da visita ao Museu a amigos ou colegas, a intenção de voltar a visitar o Museu e os motivos para eventuais novas visitas.

### **AVALIAÇÕES DO MUSEU**

A avaliação foi um dos temas colocados aos inquiridos com o intuito destes se posicionarem, numa escala de satisfação, de acordo com um conjunto de 28 itens, previamente estabelecidos, relacionados com o Museu e organizados em quatro grupos: acolhimento e satisfação geral; atividades; instalações (edifício, apoios internos, serviços e apoios externos); e informação.

Numa primeira leitura dos resultados, saliente-se que as percentagens relativas à avaliação de sentido positivo (muito satisfeito e satisfeito) são maioritárias em 18 dos 28 itens (gráfico 34). Em quatro desses itens as



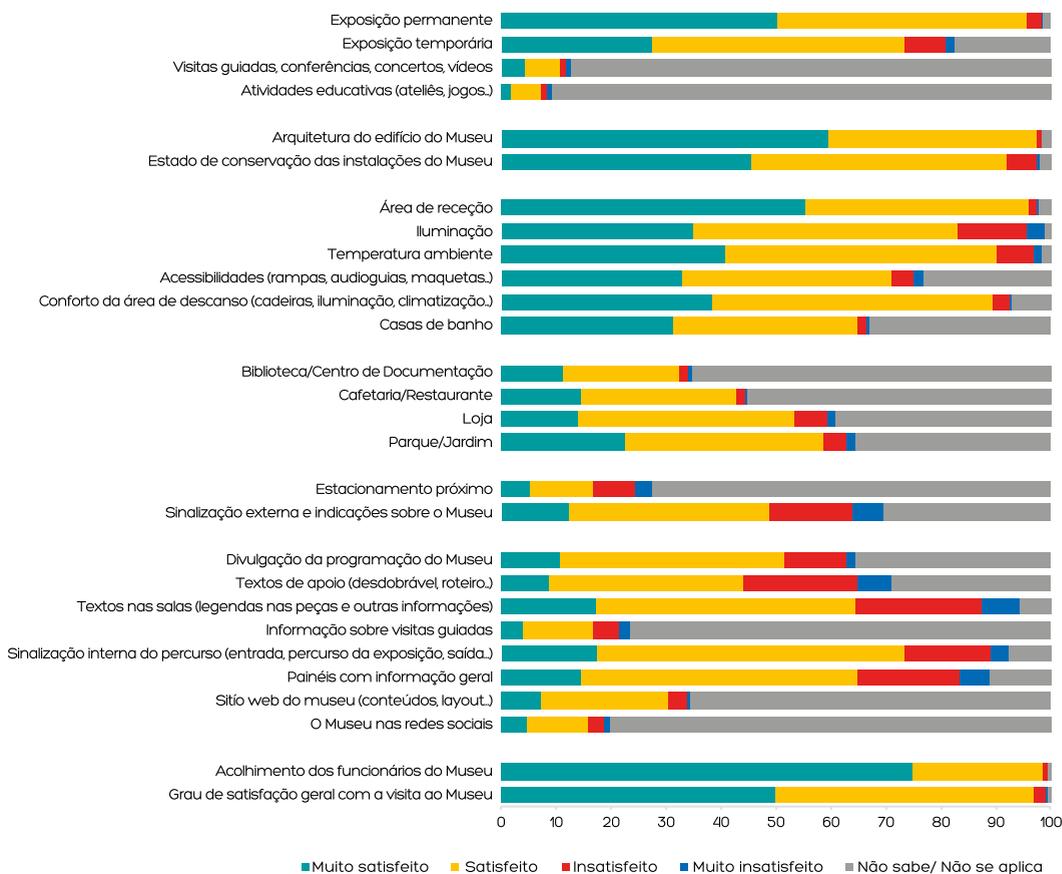
percentagens estão muito próximas de 100%: exposição permanente, arquitetura do edifício, área de receção, acolhimento dos funcionários do MNSR e grau de satisfação geral com a visita ao Museu. Por outro lado, evidenciam-se também avaliações menos positivas. Por exemplo, entre os itens em que as respostas que vão neste sentido (insatisfatório ou muito insatisfatório) são significativas, refira-se os que dizem respeito aos textos de apoio à visita que o MNSR coloca à disposição dos públicos. Concretamente, mais de um quinto dos inquiridos declara-se insatisfeito ou muito insatisfeito com os textos nas salas (30%), textos de apoio (27%) ou ainda com os painéis com informação geral (24%).

Destaque-se ainda um conjunto de outros itens caracterizados pelas elevadas percentagens de resposta não sabe/não se aplica. Enquadram-se aqui, por exemplo, as atividades educativas (ateliês, jogos...); as visitas guiadas,

conferências, concertos, vídeos; a presença do MNSR nas redes sociais; ou o estacionamento próximo, todos com percentagens acima dos 73%. Estes valores podem ser explicados quer pela inexistência dos serviços e não realização pelo Museu de algumas das atividades em questão, quer pela não utilização da referida valência ou serviço (ou apenas utilização por públicos com interesses específicos), não participação em determinada atividade ou ausência de consulta de informação ou uso de aplicações nas plataformas digitais.

### GRÁFICO 34 - AVALIAÇÕES DO MNSR

Percentagem

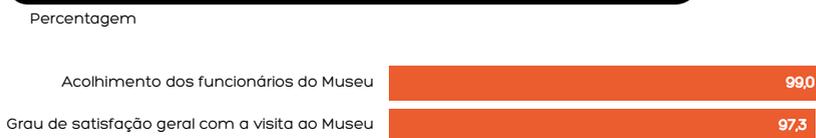


n = respostas válidas às opções de resposta.  
 Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Assim, numa segunda linha de leitura dos dados, a análise centra-se em cada um dos grupos considerando apenas as respostas dos conhecedores/utilizadores de cada item, excluindo, portanto, as respostas não sabe/não se aplica.

Deste ponto de vista a avaliação geral do Museu revela um elevadíssimo grau de satisfação com o acolhimento por parte dos funcionários (99%) e com a visita (97%) (gráfico 35).

### GRÁFICO 35 - AVALIAÇÃO GERAL E DO ACOLHIMENTO



n = respostas válidas às opções de resposta excluindo não sabe/não se aplica.  
 Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.  
 Nota: as percentagens resultam da soma de muito satisfeito e satisfeito.

Quanto às atividades evidencia-se a exposição permanente como elemento que regista a taxa de satisfação mais elevada (97%) seguida da exposição temporária<sup>8</sup> (89%). As restantes duas atividades registam percentagens elevadas, mas num patamar inferior a 86% (gráfico 36).

### GRÁFICO 36 - AVALIAÇÃO DAS ATIVIDADES



n = respostas válidas às opções de resposta excluindo não sabe/não se aplica.  
 Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.  
 Nota: as percentagens resultam da soma de muito satisfeito e satisfeito.

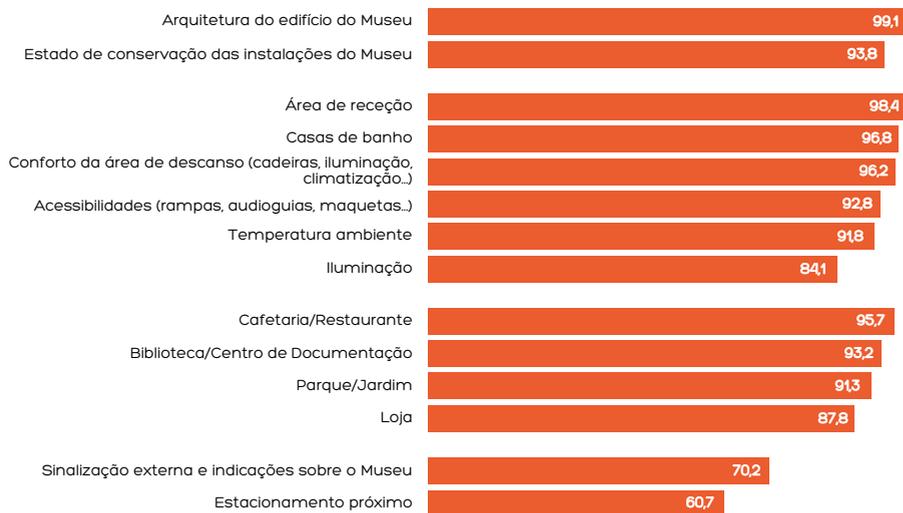
No que diz respeito à avaliação das instalações (edifício, apoios internos, serviços e apoios externos do Museu, apresentados de seguida de forma conjunta no gráfico 37), todos os itens registam valores satisfatórios e muito satisfatórios por parte de mais de metade dos públicos conhecedores/utilizadores, sendo que, com uma exceção (estacionamento próximo, com 61%) a generalidade dos itens situa-se acima dos 70% (percentagem atribuída à sinalização externa) e frequentemente recolhem níveis de satisfação acima dos 90%. Apenas alguns exemplos: arquitetura do edifício do Museu (99%) e área de receção (98%).

<sup>8</sup> As exposições temporárias patentes no MNSR no momento da inquirição encontram-se descritas no capítulo 2.

## GRÁFICO 37 - AVALIAÇÃO DAS INSTALAÇÕES: EDIFÍCIO, APOIOS

### INTERNOS, SERVIÇOS E APOIOS EXTERNOS

Porcentagem



n = respostas válidas às opções de resposta excluindo não sabe/não se aplica.

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

Nota: as percentagens resultam da soma de muito satisfeito e satisfeito.

Relativamente ao grupo dos suportes informativos registam-se igualmente níveis de satisfação elevados. O gráfico 38 mostra essas expressões de satisfação com percentagens que se situam entre 62% (textos de apoio) e os 89% (sítio web do museu).

## GRÁFICO 38 - AVALIAÇÃO DOS SUPORTES INFORMATIVOS

Porcentagem



n = respostas válidas às opções de resposta excluindo não sabe/não se aplica.

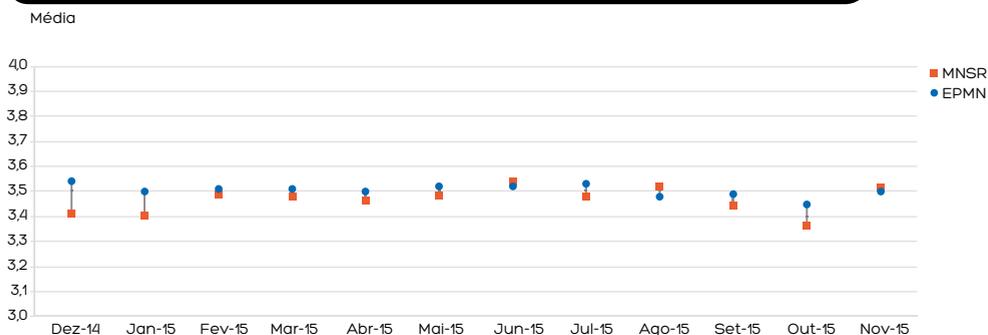
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Nota: as percentagens resultam da soma de muito satisfeito e satisfeito.

Ainda neste grupo, e tendo em conta os suportes de divulgação para o exterior, saliente-se ainda a divulgação da programação e a presença do Museu nas redes sociais (ambos com 80%) bem como a informação sobre visitas guiadas (71%).

Procurando agora averiguar qual a variação da satisfação geral com a visita ao Museu ao longo do tempo procedeu-se ao apuramento por mês comparando os resultados com os do EPMN. Nesse sentido, constata-se, através do gráfico 39, uma avaliação mensal da satisfação geral do MNSR quase sempre inferior aos valores médios registados no EPMN. Essa avaliação apresenta uma variação ligeiramente positiva nos meses de junho, agosto e novembro, e mais negativa em dezembro de 2014, janeiro de 2015 e outubro desse mesmo ano.

**GRÁFICO 39 - GRAU DE SATISFAÇÃO GERAL COM A VISITA POR MÊS**



n = MNSR (908); EPMN (13.853).

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

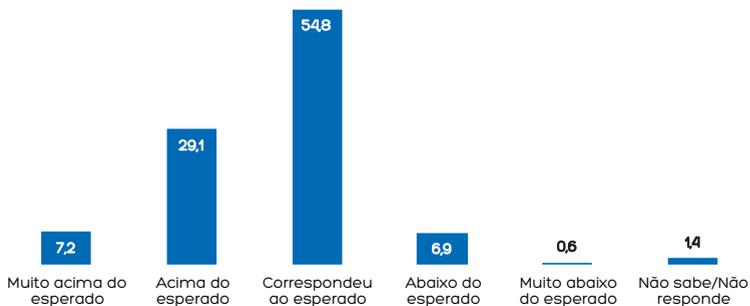
Nota: a escala varia entre 1 (muito insatisfeito) e 4 (muito satisfeito).

## OPINIÃO FACE ÀS EXPECTATIVAS INICIAIS

Face às expectativas iniciais quanto aos conteúdos expositivos, a maioria dos públicos (54%) considera que estes corresponderam ao esperado (gráfico 40). A isto acresce uma opinião bastante positiva dos que declaram que as expectativas foram ultrapassadas (30%) e dos que referem que a experiência se revelou muito acima do esperado (7%).

## GRÁFICO 40 - EXPECTATIVAS INICIAIS QUANTO AOS CONTEÚDOS EXPOSITIVOS

Percentagem



n = 908.

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

Em comparação com os resultados globais do EPMN constata-se que os públicos do MNSR expressam uma opinião menos positiva (considerando as opções muito acima e acima do esperado) face às expectativas iniciais uma vez que a diferença em relação ao valor médio do EPMN (44%) é de menos sete pontos percentuais.

Cruzando as expectativas iniciais em relação aos conteúdos expositivos com a nacionalidade dos públicos verifica-se que, apesar de maioritária, a opinião neutra (correspondeu ao esperado) é mais vincada nos públicos estrangeiros do que nos nacionais (59% contra 51%). A isto acresce que os inquiridos estrangeiros apresentam uma opinião mais negativa do que os nacionais (10% dos estrangeiros consideram que a visita ficou abaixo ou muito abaixo das



Cerca / velódromo, DGPC/MNSR.

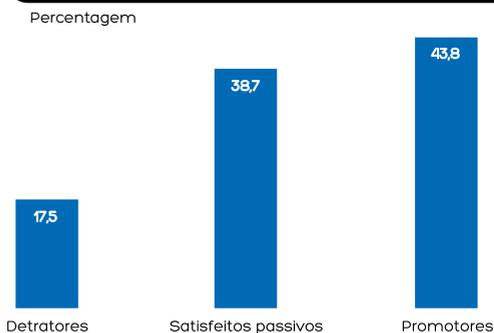
expectativas, contra 5% dos públicos nacionais) e, complementarmente, os inquiridos nacionais apresentam uma opinião mais positiva (43% contra 29% dos estrangeiros).

### RECOMENDAÇÃO DE VISITA

Contempladas as avaliações acerca dos grupos de variáveis (acolhimento e satisfação geral; atividades; edifício; apoios internos; serviços; apoios externos; e informação) acima referidos, e traçada a relação direta entre as expectativas iniciais e o grau de satisfação a *posteriori* da visita, é interessante averiguar agora a predisposição dos públicos para recomendar a visita ao Museu a um amigo ou colega. Tendo por base uma escala de 0 a 10 (em que 0 significa que certamente não recomendaria e 10 certamente que o faria), os públicos do MNSR apresentam uma média de níveis de recomendação elevado, com 8,1.

A agregação das respostas quanto à recomendação de visita, seguindo o indicador proposto por Reichheld (2003: 4-5), mostra que 44% dos públicos se assumem como *promotores* da visita ao Museu junto dos seus familiares, amigos e conhecidos (gráfico 41). Por outro lado, 39% dos públicos, embora satisfeitos, permanecem passivos ao nível da recomendação, e 18% que opta muito provavelmente por não recomendar a visita (*detratores*).

#### GRÁFICO 41 - RECOMENDAÇÃO DE VISITA



n = 908.

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

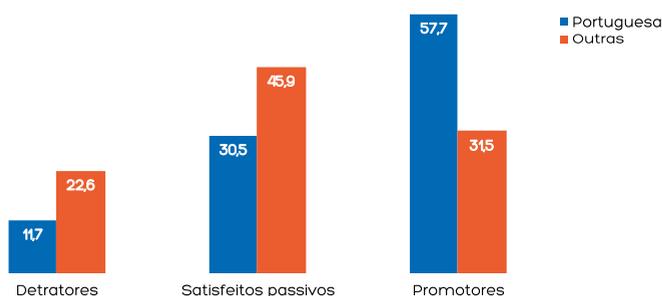
Nota: *detratores* (respostas entre 0 e 6); *satisfeitos passivos* (entre 7 e 8); *promotores* (entre 9 e 10).

Em comparação com os resultados globais do EPMN, verifica-se que os níveis de recomendação do MNSR são ligeiramente inferiores à média (8,1 contra 8,3 do EPMN) e que, em particular, 31% dos públicos deste Museu se situa no nível mais alto de recomendação (10/10), ou seja, recomendaria certamente a visita contra 38% no EPMN. A percentagem de *promotores líquidos* (diferença entre *promotores* e *detratores*) no MNSR é uma das mais baixas (26%), a 11 pontos percentuais da média (37%).

Do cruzamento do nível de recomendação pela nacionalidade (gráfico 42) resulta que os públicos portugueses apresentam uma predisposição para promover a visita ao MNSR (58%) significativamente mais elevada do que os estrangeiros (32%). Por outro lado, há prevalência dos públicos estrangeiros entre os que se manifestam como *satisfeitos passivos* (46% contra 21% dos portugueses) e como *detratores* (23% contra 12%).

## GRÁFICO 42 - RECOMENDAÇÃO DE VISITA POR NACIONALIDADE

Percentagem



n = portuguesa (426); outras (482).

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

Nota: *detratores* (respostas entre 0 e 6); *satisfeitos passivos* (entre 7 e 8); *promotores* (entre 9 e 10).

## INTENÇÃO DE REGRESSAR AO MNSR

Quanto à intenção de voltar ao Museu nos 12 meses seguintes, 61% dos inquiridos responde negativamente.

Numa análise segmentada por nacionalidade emerge uma diferença muito significativa no que toca às intenções de repetir a visita ao MNSR. A intenção positiva é muito mais notória entre os portugueses (62%) do que entre os inquiridos de outras nacionalidades (18%), podendo estar associada à facilidade de regresso em virtude da proximidade geográfica. De facto, 82% dos estrangeiros declara não tencionar voltar a visitar o Museu, contra 38% dos portugueses.

Analisando com maior aprofundamento os motivos que podem estar na base dos que tencionam regressar ao Museu (gráfico 43), o mais mencionado é a existência de novas exposições (69%), a que se segue rever ou completar a visita realizada (48%) o que confirma os dados relativos à satisfação geral com o Museu e com as coleções exibidas.

Eventos especiais recorrentes relacionados com os museus (como Museus à Noite e o Dia Internacional dos Museus/Noite dos Museus) bem como a programação de outras atividades culturais no museu (como concertos, espetáculos, etc.) são evocados por quase um terço dos respondentes como motivos para uma visita futura ao MNSR.

As atividades dedicadas às crianças são fator de motivação para 10% dos inquiridos, tocando ainda assim uma parte muito significativa (74%) dos agregados familiares com crianças até aos 12 anos.

### GRÁFICO 43 - MOTIVOS PARA REGRESSAR AO MUSEU



n =351.

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

Nota: variável múltipla.

Na comparação com os resultados globais do EPMN entre os públicos do MNSR a percentagem dos que referem como motivo rever ou completar a visita é bastante significativa (48%), nove pontos percentuais acima da média (39%). Iniciativas especiais como Museus à Noite ou Dia Internacional dos Museus/ Noite dos Museus são motivos mais citados pelos públicos do MNSR registando mais oito pontos percentuais do que média dos museus participantes no estudo.

### 3.7. QUAL A NOTORIEDADE E VISITA AOS MONUMENTOS, PALÁCIOS E MUSEUS DA DGPC?

Neste ponto apresentam-se, inicialmente, os resultados relativos à notoriedade e à frequência de visita aos monumentos, palácios e museus tutelados pela DGPC pelos públicos do MNSR. Faz-se depois um exercício analítico, numa dupla perspetiva: a dos públicos do MNSR relativamente aos outros museus participantes; e a dos públicos dos outros museus relativamente ao MNSR.



Auto-retrato de Aurélio de Souza, Aurélio de Souza, DGPC/MNSR.

#### **NOTORIEDADE E VISITA AOS MONUMENTOS, PALÁCIOS E MUSEUS DA DGPC**

Procura-se agora saber qual o conhecimento e frequência por parte dos inquiridos do conjunto dos monumentos, palácios e museus tutelados pela DGPC.

O gráfico 44 fornece uma leitura geral dos resultados obtidos, permitindo constatar que uma parte substancial dos equipamentos (dez num total de 22 equipamentos) apresenta percentagens elevadas (superiores a 50%) de não conhecimento entre os públicos do MNSR.

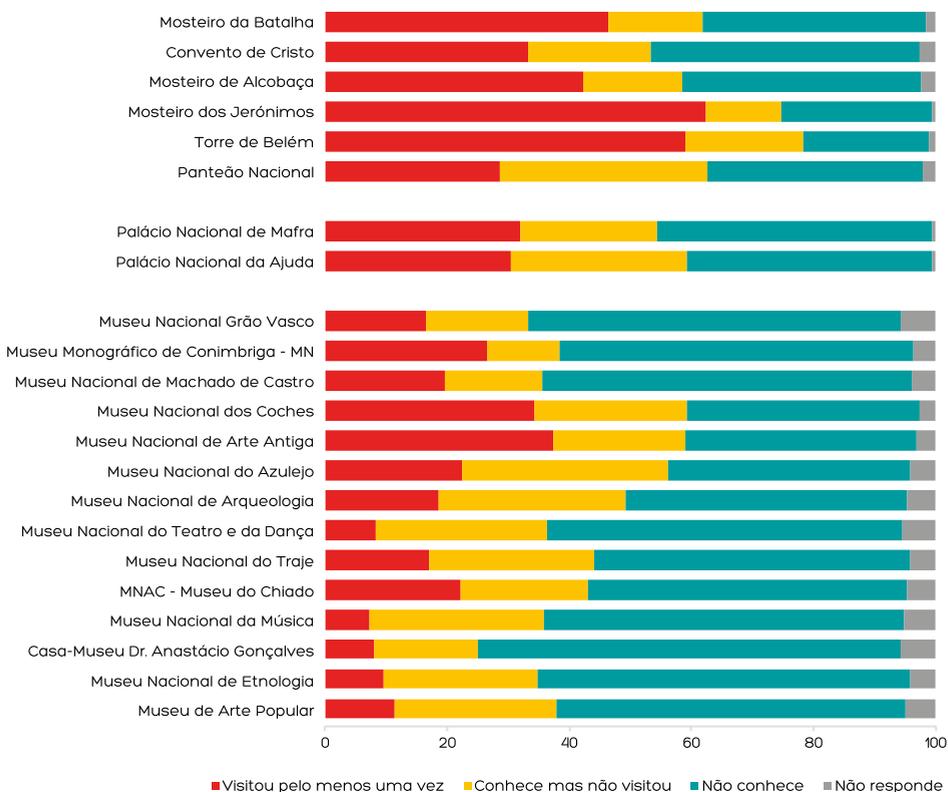
Através de uma observação por tipo de equipamento nota-se que é entre os museus que se registam as percentagens mais elevadas de desconhecimento. Entre os equipamentos referenciados, mais de metade dos inquiridos desconhece a Casa-Museu

Dr. Anastácio Gonçalves (69%), o Museu Nacional Grão Vasco (61%), o Museu Nacional de Etnologia (61%), o Museu Nacional de Machado de Castro (61%), o Museu Nacional da Música (59%), o Museu Nacional do Teatro e da Dança (58%), o Museu Monográfico de Conimbriga - MN (58%), o Museu de Arte Popular (57%), o MNAC - Museu do Chiado (52%) e o Museu Nacional do Traje (52%). Acrescenta-se ainda que uma parte significativa (46%) também não conhece o Museu Nacional de Arqueologia.

**GRÁFICO 44 - NOTORIEDADE E VISITA AOS MONUMENTOS,**

**PALÁCIOS E MUSEUS DA DGPC**

Percentagem



n = monumentos (847); palácios (833) e museus (842).  
 Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Em termos de equipamentos com maior nível de conhecimento (mas que não se traduz em visitas) destacam-se, nos monumentos, o Panteão Nacional (34%), nos palácios, o Palácio Nacional da Ajuda (29%) e, nos museus, o Museu Nacional do Azulejo (34%).

No que toca à visita, os públicos do MNSR salientam, entre os monumentos, o Mosteiro dos Jerónimos (63%) e a Torre de Belém (59%) como os mais frequentados. Neste mesmo sentido apontam o Palácio Nacional de Mafra (30%) e os museus nacionais de Arte Antiga e dos Coches (com 37% e 34%, respetivamente). Por outro lado, o Museu Nacional da Música, a Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves e o Museu Nacional do Teatro e da Dança são, entre os museus, os que têm a menor percentagem de frequência (todos abaixo de 8%).

Pretendeu-se igualmente avaliar a relação entre a notoriedade e a visita aos monumentos, palácios e museus tutelados pela DGPC a partir da perspetiva dos públicos do MNSR. Assim, contemplando os níveis de notoriedade e a frequência de visita àqueles equipamentos culturais, constata-se que metade dos públicos do Museu refere como monumentos mais visitados o Mosteiro dos Jerónimos, a Torre de Belém e o Mosteiro da Batalha, que são também os que possuem maior notoriedade, como já referido anteriormente (gráfico 45).

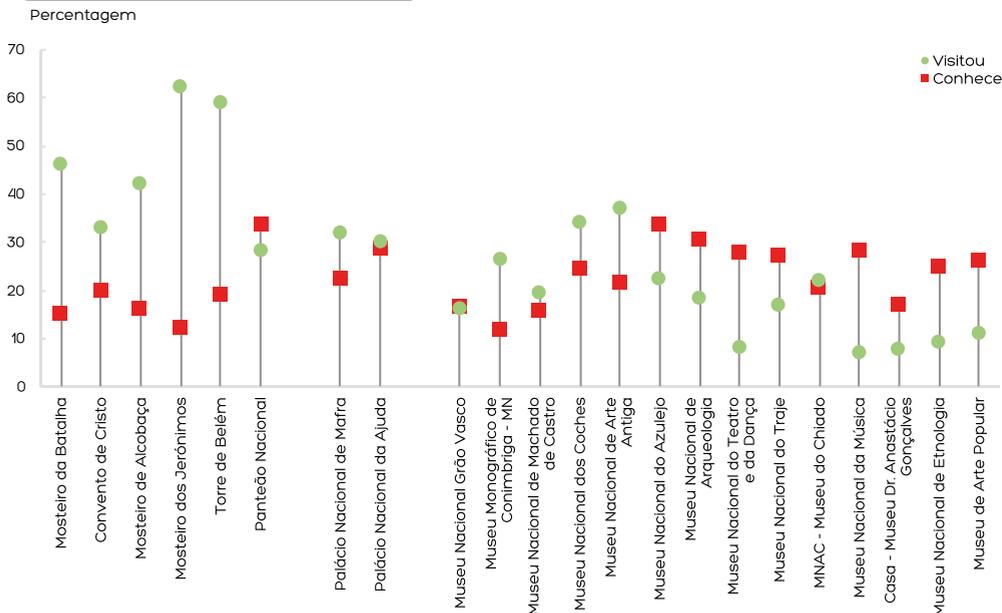
Para além destes, os outros dois monumentos em que a frequência da visita ultrapassa a da notoriedade são o Mosteiro de Alcobaça e o Convento de Cristo. Nesta mesma ótica encontram-se também o Palácio Nacional de Mafra e os museus nacionais dos Coches, Arte Antiga e o Monográfico de Conimbriga - MN.

Por outro lado, se as percentagens de conhecimento e de visita são relativamente equilibradas em três dos equipamentos - Palácio Nacional da Ajuda, MNAC - Museu do Chiado e Museu Nacional Grão Vasco - nos restantes essa percentagem acentua os níveis de notoriedade face às das visitas realizadas. Encontram-se nesta posição o Museu Nacional da Música e o Museu Nacional do Teatro e da Dança, com uma diferença percentual acima dos 20%.

Ainda uma nota sobre os outros museus localizados fora da cidade de Lisboa - Museu Nacional Grão Vasco, Museu Nacional de Machado de Castro e Museu Monográfico de Conimbriga - MN (todos localizados sensivelmente a 130 km do MNSR) -, para se destacar o grau diferenciado de relação dos públicos do MNSR com cada um deles, uma vez que registam uma maior percentagem de visita ao Museu Monográfico de Conimbriga - MN, uma relação mais próxima entre percentagens de grau de notoriedade e de visita com os museus nacionais Grão Vasco e Machado de Castro.

GRÁFICO 45 - CONHECIMENTO E VISITA AOS MONUMENTOS,

PALÁCIOS E MUSEUS DA DGPC



n = monumentos (847); palácios (833) e museus (842).

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

Nota: conhece = conhece mas não visitou; visitou = conhece e visitou pelo menos uma vez.

**VISITA AOS MONUMENTOS, PALÁCIOS E MUSEUS DA DGPC**

Ao analisar a visita aos monumentos, palácios e museus tutelados pela DGPC por nacionalidade, destaca-se, de uma forma geral, a maior presença dos portugueses relativamente aos estrangeiros (gráfico 46).

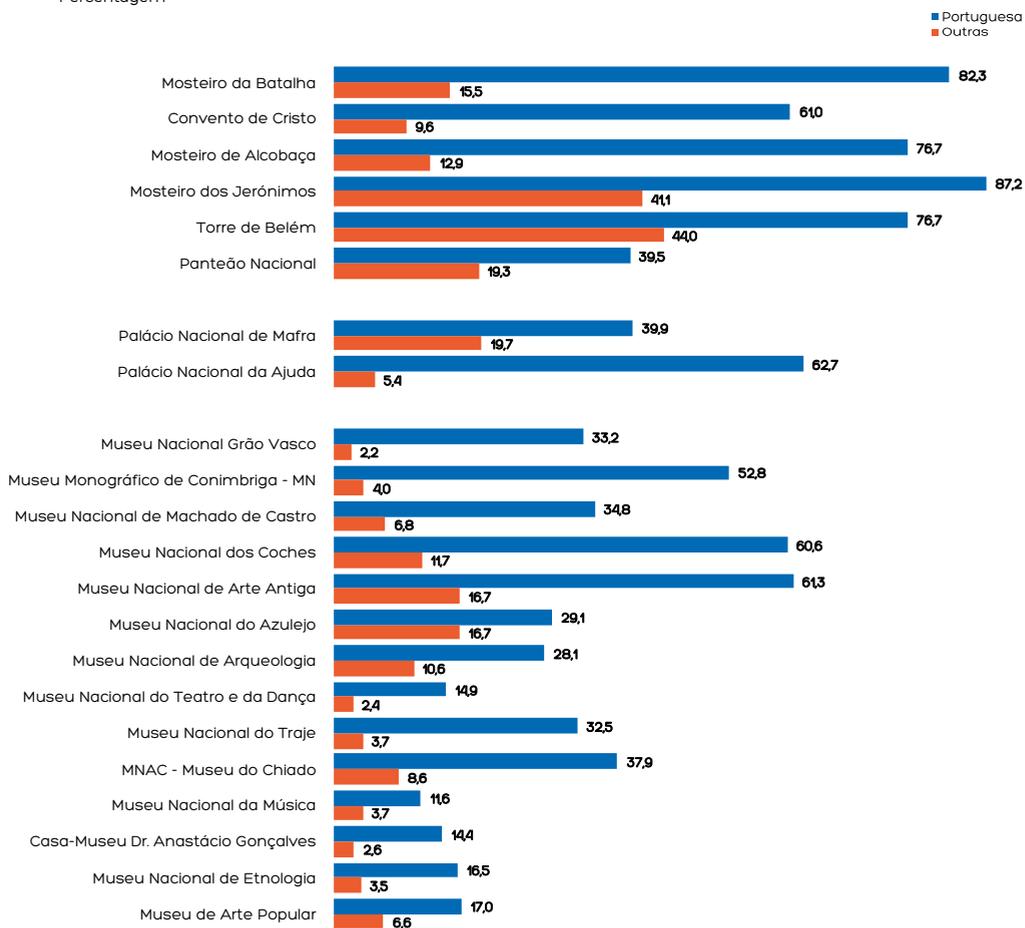
Em particular, salienta-se a larga maioria dos públicos portugueses do MNSR que visitou, na generalidade, a quase totalidade dos monumentos, com destaque para o Mosteiro dos Jerónimos (87%) e o Mosteiro da Batalha (82%), nos palácios, o Palácio Nacional da Ajuda (63%) e, no que diz respeito aos museus nacionais, Arte Antiga e Coches (ambos com 61%).

Em relação ao contingente dos estrangeiros, nos monumentos, há uma concentração de respostas nos dois situados em Belém - Torre de Belém (44%) e Mosteiro dos Jerónimos (41%). Nos palácios, o Palácio Nacional de Mafra regista a percentagem mais alta com 20% de visitas. Acrescenta-se que em todos os outros equipamentos os valores são inferiores a 20%. No caso da visita aos museus, em que as percentagens não ultrapassam os 17%, os mais mencionados são os museus nacionais de Arte Antiga (17%), Azulejo (também 17%), Coches (12%) e Arqueologia (11%).

## GRÁFICO 46 - VISITA AOS MONUMENTOS, PALÁCIOS E MUSEUS

### DA DGPC POR NACIONALIDADE

Porcentagem



n = monumentos (847), palácios (833) e museus (842).  
 Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Para analisar a relação entre a visita dos públicos ao MNSR e aos outros museus da DGPC, apresentam-se duas ilustrações<sup>9</sup> que procuram espelhar os inquiridos neste Museu que referem ter visitado outros museus (figura 3) e os públicos inquiridos nos outros museus (em que se realizou o inquérito) que mencionam ter visitado o MNSR (figura 4).

Tendo em conta as respostas dos públicos do MNSR, os museus que estes mais referem como já visitados são o MNAA (37%) e o MNC (34%) (figura 3). Seguem-se, para quase um quarto dos inquiridos, o MMC-MN (27%), o MNAZ e o MNAC-MC (ambos com 22%). Ainda de acordo com a figura 3 nota-se que as percentagens de visita são mais baixas no MNM (7%), na CMAG e no MNTD (ambos com 8%).

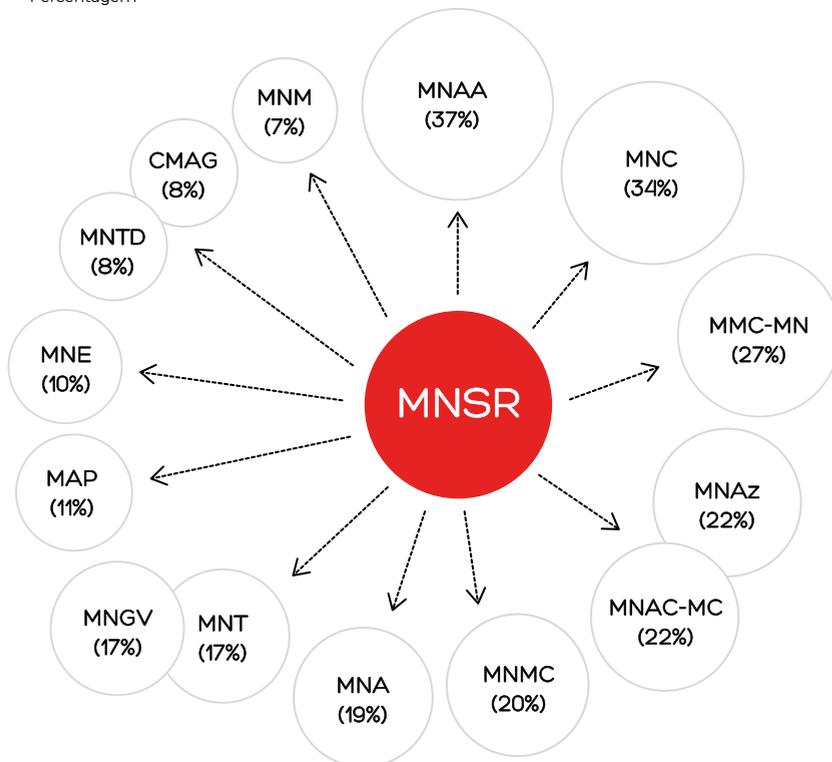


Galeria pintura 1º andar, DGPC/MNSR

**FIGURA 3 - PÚBLICOS DO MNSR QUE REFEREM TER VISITADO**

**OUTROS MUSEUS DA DGPC**

Percentagem



n = 876.

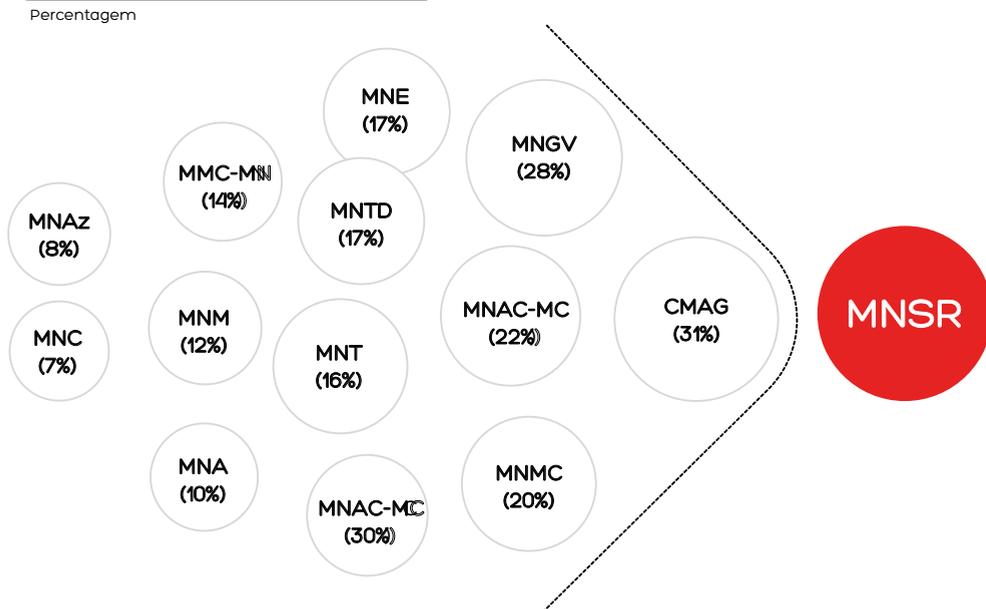
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Nota: os valores resultam de ter visitado o museu em causa pelo menos uma vez anteriormente à visita ao MNSR.

Quanto às referências ao MNSR como museu visitado por parte dos públicos inquiridos nos restantes museus da DGPC participantes no estudo<sup>10</sup>, as percentagens registadas são, na generalidade, relativamente mais baixas se comparadas com as dos públicos do próprio MNSR. Ainda assim é possível ter uma noção aproximada quanto à relação de visita com o MNSR por parte desses públicos (figura 4).

FIGURA 4 - PÚBLICOS DE OUTROS MUSEUS DA DGPC QUE

REFEREM TER VISITADO O MNSR



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

Nota: os valores resultam da resposta ter visitado pelo menos uma vez anteriormente o MNSR em cada um dos museus inquiridos.

Em concreto, esta visão externa evidencia que o MNSR é referido como tendo sido visitado preferencialmente pelos inquiridos da CMAG (31%) e do MNAC-MC (22%), ambos em Lisboa, e do MNGV, em Viseu (28%) (figura 4). Parece prevalecer aqui mais a proximidade temática do que a geográfica.

Por outro lado, os públicos que revelam menor frequência do MNSR encontram-se no MNAZ e no MNC (8% e 7%, respetivamente).

### 3.8. QUE POSICIONAMENTOS FACE À GRATUIDADE?

Como referido anteriormente, as questões relacionadas com a gratuidade de entrada nos museus restringem-se aos públicos nacionais. Pretendeu-se com as questões em análise neste grupo conhecer de que forma estes

públicos procuram informação sobre a existência de algum tipo de desconto, se tinham (ou não) conhecimento do período de entrada gratuita (gratuidade em sentido estrito, que abrange todos os públicos) então vigente nos museus da DGPC (primeiro domingo de cada mês) e se planeiam (ou não) as visitas a museus em função da gratuitidade.

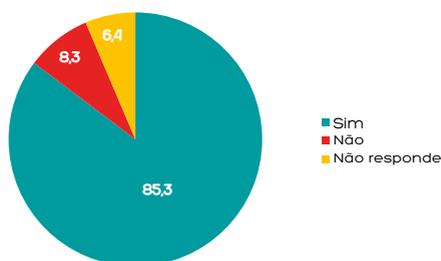
## PROCURA DE INFORMAÇÃO SOBRE DESCONTOS

Em primeiro lugar nota-se que, aquando da visita a um museu com entrada paga (qualquer ele que seja) 85% dos inquiridos procura inteirar-se sobre se está abrangido por algum tipo de desconto (gráfico 47).

### GRÁFICO 47 - PROCURA DE INFORMAÇÃO SOBRE DESCONTOS

#### EM MUSEUS DE ENTRADA PAGA

Percentagem



n = 421.

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

Nota: públicos de nacionalidade portuguesa.

Comparativamente com os resultados do EPMN os públicos do MNSR são os que mais procuram informação sobre descontos de entradas em museus (85%, sete pontos percentuais acima da média do EPMN).

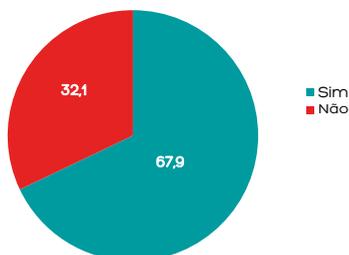
## CONHECIMENTO DA GRATUIDADE

No que diz respeito especificamente à gratuitidade, dois terços dos inquiridos afirmam ter conhecimento que a entrada nos museus dependentes da DGPC é gratuita no primeiro domingo de cada mês (gráfico 48), valor que coincide com a média do EPMN.

### GRÁFICO 48 - CONHECIMENTO DA ENTRADA GRATUITA NO PRIMEIRO

#### DOMINGO DE CADA MÊS

Percentagem



n = 421

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

Nota: públicos de nacionalidade portuguesa.

No que toca à posição face ao período de gratuitidade uma parte significativa dos públicos (43%) não planeia visitas para estes períodos, visita quando deseja, em contraposição com 39% que planeiam as suas visitas especificamente para este período (gráfico 49). Estas são as duas posições mais assinaladas. As demais situam-se em patamares significativamente mais baixos: 14% dos públicos planeiam as suas visitas para este período apenas quando se trata de visita em família, 8% quando visita com amigos e também 8% não planeia para estes períodos uma vez que está abrangido por outras isenções ou descontos. Os que preferem visitar noutros períodos (8%) e, sobretudo, os que evitam o da gratuitidade (2%) são residuais.

### GRÁFICO 49 - POSIÇÃO FACE AO PERÍODO DE GRATUIDADE

Percentagem



n = 286.

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

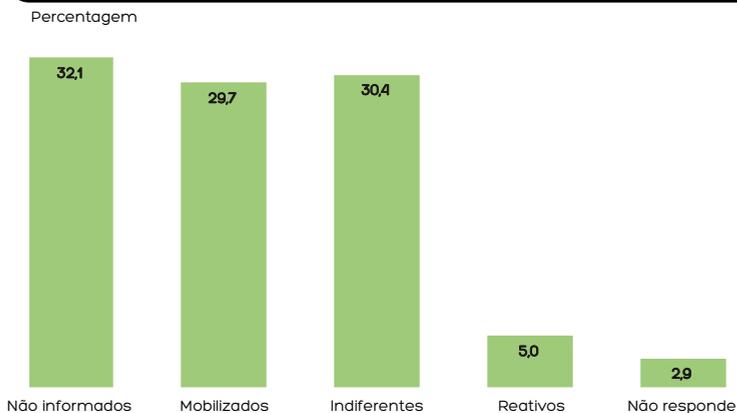
Notas: públicos de nacionalidade portuguesa. Variável múltipla.



Sarcófago romano, Autor Desconhecido, DGPC/MNSR.

O recurso a um outro indicador agregado (Eidelman e Cérroux, 2009), que visa igualmente aferir a relação dos públicos com a gratuitidade (gráfico 50), evidencia três tipos de relação com pesos semelhantes entre os inquiridos (em redor dos 30%): o das pessoas não informadas (32%), ou seja, que manifestam desconhecimento da existência de um dia específico no mês em que a entrada nos museus nacionais da DGPC é gratuita; o dos indiferentes (30%), isto é, que não planeiam a visita para aquele período específico ou estão abrangidos por outras isenções ou descontos e os mobilizados (30%), ou seja, pessoas optam por planear as suas visitas (independentemente do acompanhamento) para aquele primeiro domingo de cada mês. Uma minoria (5%) situa-se no tipo reativos, ou seja, procuram evitar este dia, preferindo, portanto, outros períodos.

### GRÁFICO 50 - TIPOLOGIA DE RELAÇÃO COM A GRATUIDADE



n = 421.

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

Nota: públicos de nacionalidade portuguesa.

Comparativamente com os resultados globais, os públicos do MNSR são dos que mais se consideram mobilizados (30% contra 28% no EPMN) e reativos (5% contra 4%).

## 3.9. QUAIS AS MOTIVAÇÕES, PRÁTICAS E FREQUÊNCIA DE VISITA A MUSEUS?

Neste ponto são apresentadas as motivações dos públicos para visitar museus, a prática e frequência de atividades relacionadas com museus e os motivos para visitar mais museus.

### MOTIVAÇÕES DA VISITA A MUSEUS

Em relação às motivações gerais que levam à realização da visita a museus, solicitou-se aos inquiridos que classificassem um conjunto de 9 fatores de acordo com o seu grau de importância. O gráfico 51 mostra, através da média das respostas obtidas, a classificação das motivações. Nele se pode observar que o gosto pela arte é o que recolhe preferências mais elevadas (6,1).

## GRÁFICO 51 - MOTIVAÇÕES PARA VISITAR MUSEUS

Média



n = 856.

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

Nota: A escala varia entre 1 (menos importante) e 7 (mais importante).

Ainda neste patamar de maior importância destacam-se, com valores muito próximos, motivações como a aprendizagem (5,8), fonte de inspiração e prazer (5,7), compreender a diversidade cultural (5,6) e fonte de informação sobre assuntos do passado e do presente (5,5). Valoriza-se, portanto, de forma próxima, as vertentes informativa, educativa e de entretenimento. A presença de uma exposição importante no Museu recolhe uma média 5,2 ao passo que as restantes três (favorecer sentimentos de identidade, melhorar o auto-conhecimento e lembrar outros tempos) são valorizadas, ainda assim, com médias acima de 4,7.

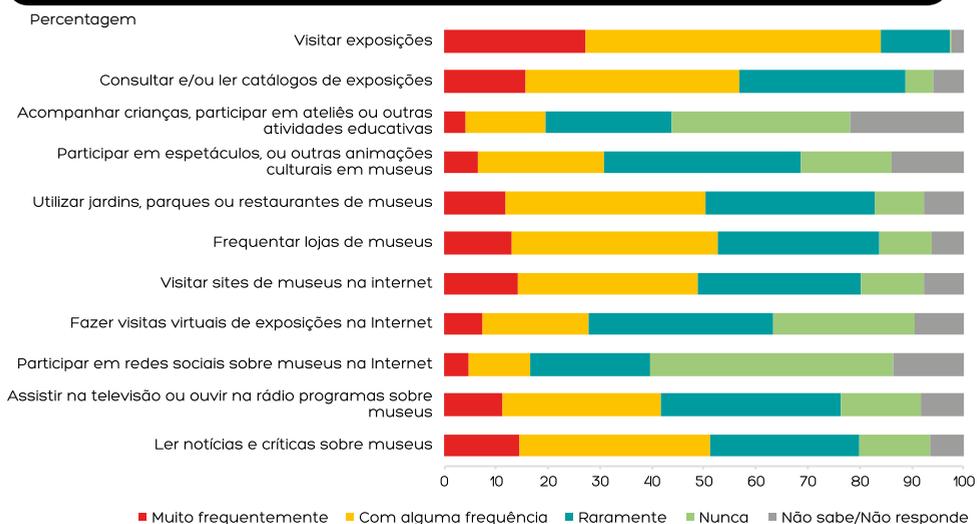
Em comparação com os resultados globais do EPMN, no MNSR as motivações para visitar museus registam valores de adesão sensivelmente mais baixos, sendo a diferença mais notória no motivo lembrar tempos passados (média de 4,2 face ao resultado global de 4,6). A exceção em que se regista maior adesão neste Museu é o gosto pela arte com uma média de 6,1 face ao resultado global de 5,9.

### PRÁTICAS RELACIONADAS COM MUSEUS

As relações dos indivíduos com as instituições culturais podem ser muito diversas (Costa, 2004) e, no caso dos museus, não se limitam à visita física às instituições. Assim, solicitou-se aos inquiridos que indicassem o grau de envolvimento com 11 atividades.

De uma forma geral pode dizer-se que, em termos do nível de frequência do conjunto das atividades propostas, as respostas dos inquiridos se distribuem entre as opções com alguma frequência e raramente (gráfico 52). Analisando sob o ponto de vista das várias atividades, destacam-se as relativas às exposições (visita, leitura de catálogos, notícias e críticas) e aos jardins, parques ou restaurantes dos museus como as mais realizadas.

**GRÁFICO 52 - FREQUÊNCIA DE ATIVIDADES RELACIONADAS COM MUSEUS**



n = 847.  
 Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Por outro lado, as atividades que registam as mais elevadas percentagens de não realização estão relacionadas com práticas e consumo de média digitais, como é o caso da participação em redes sociais sobre museus (47%) e das visitas virtuais de exposições na Internet (27%), mas também com atividades paralelas à visita às exposições, como no caso do acompanhamento de crianças - públicos que Peter Falk designa por *facilitadores* (2013: 117) -, participar em ateliês ou outras atividades educativas (17%) ou de participar em espetáculos ou outras animações culturais em museus (9%).

O ponto de vista analítico que destaca a realização das diversas atividades é mais visível no gráfico 53. Do total das 11 propostas, visitar exposições evidencia-se claramente (84%). Segue-se a consulta de catálogos de exposições (57%), a frequência das lojas de museus (53%), a leitura de notícias e críticas sobre museus (51%) e a utilização de jardins, parques e restaurantes dos museus (50%). Nas restantes as percentagens não ultrapassam a metade dos inquiridos.

## GRÁFICO 53 - ATIVIDADES RELACIONADAS COM MUSEUS

Percentagem



n = 847.

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

Nota: a escala varia entre muito frequentemente, frequentemente, raramente e nunca. As percentagens resultam da soma das respostas muito frequentemente e com alguma frequência.

Ainda assim, 41% dos públicos refere consultar sites de museus e 42% ouvir/ver programas sobre museus através da rádio ou da televisão. Com valores mais baixos, mas relativamente significativas, estão as práticas de relação com museus com recurso às TIC - fazer visitas virtuais (31%) e participar em redes sociais (17%). Em qualquer caso, note-se, são valores relevantes, nenhuma prática regista percentagens residuais.

Quanto às práticas relacionadas com museus, em comparação com os resultados globais do EPMN os do MNSR seguem em geral a mesma hierarquia de preferências. Diferencia-se (sobretudo) na frequência de lojas de museus (53%), mais oito pontos percentuais que o EPMN.

### MOTIVOS PARA VISITAR MAIS MUSEUS

Quanto aos motivos para visitar mais museus, o mais referido (61%), é o que diz respeito à existência de acesso gratuito (gráfico 54). Acrescente-se que a maioria dos públicos menciona também como fator motivador uma maior divulgação sobre a programação (52%).

Programação mais variada e horário mais alargado são também largamente referidos (38% e 34%, respetivamente) pelo que são aspetos a considerar com alguma atenção.

## GRÁFICO 54 - MOTIVOS PARA VISITAR MAIS MUSEUS

Percentagem



n = 908.

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

Nota: variável múltipla.



Vaso com camélias, António José da Costa, DGPC/MNSR.

### 3.10. QUAIS AS PRÁTICAS CULTURAIS?

Neste último ponto de caracterização dos públicos analisam-se os resultados referentes à realização de atividades culturais e especificamente da visita a museus ou galerias.

#### PRÁTICAS CULTURAIS

Procurou-se também conhecer os hábitos de fruição das diversas atividades culturais (Eurobarómetro, 2013) realizadas pelos públicos do MNSR. A referência é a realização de pelo menos uma vez nos últimos 12 meses. Consideram-se nove, duas relacionadas com práticas domésticas (nomeadamente as práticas de leitura) e as restantes sete com práticas de saída.

Em termos de frequência verifica-se que quase todas são realizadas por mais de metade dos inquiridos, e com níveis de frequência elevados (gráfico 55).

**GRÁFICO 55 - PRÁTICAS CULTURAIS**



n = 833.

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

Nota: A escala varia entre mais de 6 vezes, 3-5 vezes, 1-2 vezes e não nos últimos 12 meses. As percentagens resultam da soma das respostas mais de 6 vezes, 3-5 vezes e 1-2 vezes.

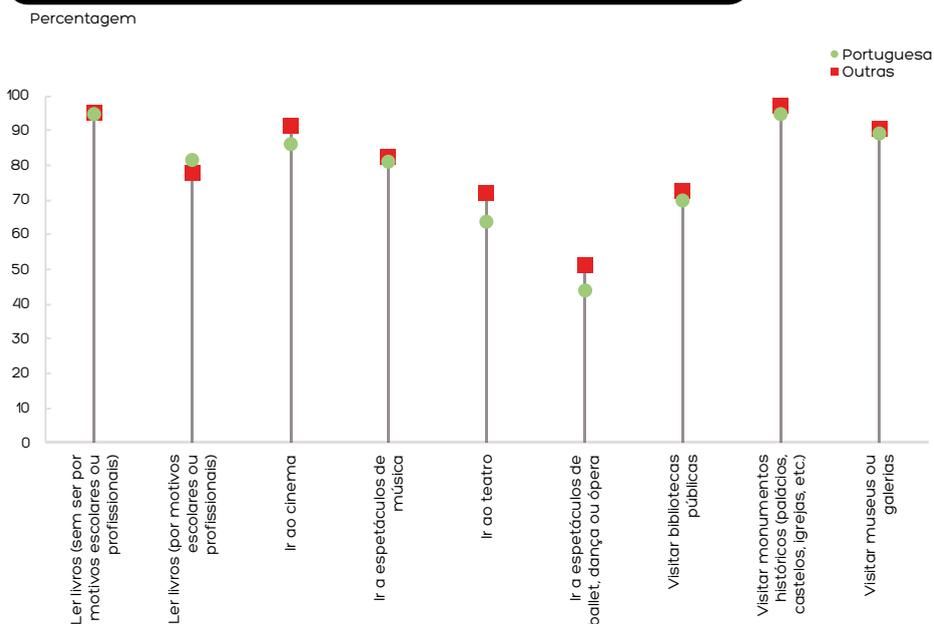
No que toca às atividades mais realizadas pelos públicos, prevalecem a visita aos monumentos (96%), a leitura de livros sem ser por motivos escolares e profissionais (95%), a visita a museus ou galerias e a ida ao cinema (89% e 88%, respetivamente). Quanto às demais práticas, 82% dos públicos refere ir a espetáculos de música e 80% ler livros por motivos escolares ou profissionais.

Em percentagens inferiores, mas sempre muito significativas em relação ao total dos inquiridos do MNSR, encontram-se os públicos que visitam as bibliotecas públicas (71%) e os que frequentam os teatros (69%). A atividade que os públicos referem realizar com menor frequência é a ida a espetáculos de dança, ballet ou ópera (48%).

Em comparação com os resultados globais do EPMN, os públicos do MNSR mostram realizar com maior frequência todas as atividades culturais consideradas. Destaca-se, sobretudo, a visita a bibliotecas públicas e a ida ao teatro, respetivamente oito e quatro pontos percentuais acima da média.

Passando à caracterização da frequência das práticas culturais considerando a nacionalidade dos públicos constata-se um certo equilíbrio nos níveis por ambos os contingentes. Importa evidenciar que, em seis das nove práticas, os níveis dos portugueses e dos estrangeiros se aproximam, em particular quanto às práticas de visita ao património (monumentos históricos e museus ou galerias) (gráfico 56).

### GRÁFICO 56 - PRÁTICAS CULTURAIS POR NACIONALIDADE



n = portuguesa (379); outra (454).

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

Nota: A escala varia entre mais de 6, 3-5 vezes, 1-2 vezes e não nos últimos 12 meses. As percentagens resultam da soma das respostas mais de 6 vezes, 3-5 vezes e 1-2 vezes.



A maior propensão dos estrangeiros para práticas de saída destaca-se nos casos das idas ao cinema (91%), ao teatro (72%) e aos espetáculos de dança, ballet e opera (51%). Em relação ao contingente português verifica-se uma ligeira preponderância na leitura de livros por motivos escolares ou profissionais (82%).

Em qualquer caso, as diferenças entre os públicos nacionais e estrangeiros são relativamente pouco significativas. Não se reproduzem, portanto, no universo restrito dos públicos dos museus observados, e aqui em particular os do MNSR, os baixos níveis de realização que a população portuguesa evidencia na comparação com outros países (Eurobarómetro, 2013).

## PRÁTICAS DE VISITA A MUSEUS OU GALERIAS

A visita a museus ou galerias é, como se viu, uma atividade que uma parte muito significativa dos públicos do Museu (90%) declara praticar pelo menos uma vez no período de referência (últimos 12 meses). Acresce que, destes, metade declara um nível de assiduidade a museus ou galerias (mais de 6 visitas) relativamente elevado no período de referência (52%). Saliente-se que apenas 6% dos públicos visitavam pela primeira vez (no período de referência) um museu no momento da resposta ao inquérito.

Na sequência da resposta afirmativa quanto à visita a museus ou galerias foi solicitado aos inquiridos que indicassem o nome, país e localidade de até três museus visitados nos últimos 12 meses (para além do museu em que foram objeto de inquirição). Daqui resultaram 1.597 respostas (das quais 44% de públicos nacionais) que mencionaram 591 museus e outros equipamentos do património cultural localizados em 54 países. O quadro 12 apresenta o nome e a localização dos museus mais referidos (acima de 1%).

### QUADRO 12 - MUSEUS MAIS REFERIDOS PELOS PÚBLICOS DO MNSR

Percentagem

Nome	Cidade	País	%
Musée du Louvre	Paris	França	6,4
Museo Nacional del Prado	Madrid	Espanha	4,6
Museu de Serralves	Porto	Portugal	3,3
Museu Nacional de Arte Antiga	Lisboa	Portugal	2,4
Musée d'Orsay	Paris	França	2,2
The British Museum	Londres	Inglaterra	2,1
Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia	Madrid	Espanha	2,0
The National Gallery	Londres	Inglaterra	1,9
Museu Calouste Gulbenkian	Lisboa	Portugal	1,8
The Van Gogh Museum	Amesterdão	Países Baixos	1,4
Rijksmuseum	Amesterdão	Países Baixos	1,3
Museu Romântico da Quinta da Macieirinha	Porto	Portugal	1,1
Grand Palais	Paris	França	1,1
Museu Nacional de Machado de Castro	Coimbra	Portugal	1,1
MNAC-Museu do Chiado	Lisboa	Portugal	1,1
		Soma	33,5
<b>BASE: RESPOSTAS OBTIDAS</b>			<b>1.597</b>

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

Os museus mencionados no quadro anterior representam 34% do total de respostas e incluem algumas das principais entidades museológicas de arte do mundo, de sete cidades de cinco países. Os três museus com maior expressão são o Musée du Louvre (o mais citado, 6%), o Museo Nacional del Prado (5%) e o Museu de Serralves (3%). No que toca à localização geográfica, é em Portugal em Lisboa (4 casos) e Porto (3) que se situa o maior número de referências. Entre os localizados no estrangeiro sobressaem os situados em França (Paris) com três museus.

Com o intuito de se averiguar possíveis diferenças entre os contingentes portugueses e estrangeiros procedeu-se à ventilação pela nacionalidade. Começando pelos públicos portugueses (quadro 13), entre os mais referidos estão um francês (Musée du Louvre, 6%), dois portugueses (Museu Nacional de Arte Antiga, e Museu de Serralves, ambos com 5%) e um espanhol (Museo Nacional del Prado, também 5%). Da análise do referido quadro sobressai ainda a prevalência da visita a vários museus localizados em território nacional, com destaque de novo para os museus de arte situados em Lisboa - para além do já referido Museu Nacional de Arte Antiga (5%), o Museu Calouste Gulbenkian (3%) e o MNAC - Museu do Chiado (2%) - no Porto - o também já mencionado Museu de Serralves (5%) e, em Coimbra, o Museu Nacional de Machado de Castro (2%).

### QUADRO 13 - MUSEUS MAIS REFERIDOS PELOS PÚBLICOS NACIONAIS

Percentagem

Nome	Cidade	País	%
Musée du Louvre	Paris	França	6,4
Museu Nacional de Arte Antiga	Lisboa	Portugal	5,4
Museo Nacional del Prado	Madrid	Espanha	5,2
Museu de Serralves	Porto	Portugal	5,1
Museu Calouste Gulbenkian	Lisboa	Portugal	2,7
MNAC-Museu do Chiado	Lisboa	Portugal	2,3
The Van Gogh Museum	Amesterdão	Países Baixos	2,3
Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía	Madrid	Espanha	2,1
Museu Nacional de Machado de Castro	Coimbra	Portugal	2,0
Musée d'Orsay	Paris	França	1,8
The British Museum	Londres	Inglaterra	1,8
		Soma	37,1
<b>BASE: RESPOSTAS OBTIDAS</b>			<b>707</b>

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

Relativamente aos museus mais referidos por parte dos públicos de nacionalidade estrangeira (quadro 14) coincidem, na generalidade, os já mencionados anteriormente, com predomínio do Musée du Louvre (6%) e o Museo Nacional del Prado (4%).

**QUADRO 14 - MUSEUS MAIS REFERIDOS PELOS PÚBLICOS ESTRANGEIROS**

Percentagem

Nome	Cidade	País	%
Musée du Louvre	Paris	França	6,4
Museo Nacional del Prado	Madrid	Espanha	4,0
Musée d'Orsay	Paris	França	2,5
The British Museum	Londres	Inglaterra	2,4
The National Gallery	Londres	Inglaterra	2,0
Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia	Madrid	Espanha	1,9
Rijksmuseum	Amesterdão	Países Baixos	1,9
Museu de Serralves	Porto	Portugal	1,8
Grand Palais	Paris	França	1,8
Centro Português de Fotografia	Porto	Portugal	1,5
		Soma	26,2
<b>BASE: RESPOSTAS OBTIDAS</b>			<b>890</b>

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

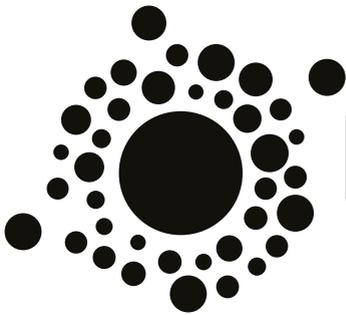
Quanto aos museus localizados em Portugal, os inquiridos estrangeiros apontam como mais visitados o Museu de Serralves e o Centro Português de Fotografia (ambos com 2%) localizados na cidade do Porto.

Flor Agreste, António Soares dos Reis. DGPC/MNSR



# AS OPINIÕES E SUGESTÕES

4.1. Elogios e manifestações de agrado	103
4.2. Críticas e descontentamento	104
4.3. Edifício/imóvel	105
4.4. Museografia	107
4.5. Interação no museu	113
4.6. Internet e redes sociais	114
4.7. Sinalização urbana	115
4.8. Horários e Tarifas	117
4.9. Serviços	118
4.10. Pessoal	121
4.11. Publicidade/promoção/divulgação	122
4.12. Apoio à visita	123
4.13. Conforto e acessibilidade	126
4.14. Sinalética	127
4.15. Tradução	128
4.16. Textos de apoio	131
4.17. Iluminação	135
4.18. Outros	137



ESTUDO  
**PÚBLICOS**  
DE **MUSEUS** NACIONAIS

## 04 AS OPINIÕES E SUGESTÕES

Como anteriormente referido, no final do questionário foi incluída uma pergunta aberta, de resposta facultativa, em que eram solicitadas sugestões e opiniões aos visitantes sobre o museu que tinham acabado de visitar. O tratamento destas respostas foi eminentemente qualitativo e indutivo, através de um processo de codificação (Saldaña, 2013[2009]) tendo como unidade de análise a frase<sup>11</sup>. O *corpus* documental foi classificado numa árvore de códigos a três níveis que compreende 18 códigos temáticos (1º nível) e consequentes desdobramentos (2º e 3º níveis com um total de 50 subcódigos).

No caso do MNSR, o processo de codificação das opiniões e sugestões dos seus públicos teve por base 506 respostas a que corresponde 56% da amostra. O perfil dos inquiridos que deixam comentários e sugestões não se diferencia significativamente do perfil anteriormente traçado dos públicos do MNSR. Porém, acentua-se a resposta por parte de públicos estrangeiros (61% na resposta às sugestões contra 53% na amostra), dos maiores de 55 anos, bem como dos mais escolarizados. Assim, o perfil social predominante dos que responderam a esta questão é fortemente escolarizado e qualificado em termos socioprofissionais com uma média de idades apenas ligeiramente mais elevada do que a da amostra (42 anos contra 41) com uma distribuição por sexo relativamente mais equilibrada (52% dos que respondem são do sexo feminino contra 55% na amostra). Acrescente-se ainda que são sobretudo públicos com práticas assíduas<sup>12</sup> de visita a museus que mais contribuem com opiniões e sugestões (52% contra 48% na amostra).

A análise que seguidamente se apresenta organiza-se segundo os referidos 18 códigos temáticos (1º nível) estando patente no quadro 15 a respetiva quantificação.

<sup>11</sup> Como referido no capítulo 1, a estratégia adotada na análise e interpretação do *corpus* documental seguiu a proposta em cinco fases por Leavy: preparação e organização dos dados; imersão inicial; codificação; categorização e tematização; interpretação (2017: 150-152). O processo de codificação teve em conta três critérios: exaustividade, diversidade e relevância temática.

<sup>12</sup> A variável 'práticas de visita a museus ou galerias' inclui três escalões: ocasionais (1-2 visitas nos últimos 12 meses); frequentes (3-5 visitas) e assíduos (mais de 6 visitas), sempre tendo como referência os últimos 12 meses prévios à visita em que foram inquiridos.

## QUADRO 15 - TEMÁTICAS DA CODIFICAÇÃO DAS SUGESTÕES

Temáticas	Número
Elogios e manifestações de agrado	140
Críticas e descontentamento	10
Edifício/imóvel	62
Museografia	119
Interação no museu	13
Internet e redes sociais	13
Sinalização urbana	18
Horários e tarifas	20
Serviços	35
Pessoal	43
Publicidade/promoção/divulgação	34
Apoio à visita	33
Conforto e acessibilidade	17
Sinalética	30
Tradução	159
Textos de apoio	92
Iluminação	63
Outros	16
<b>Total de respostas (n)</b>	<b>506</b>

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

Notas: i) codificação não exclusiva; ii) os dados resultam da codificação das respostas válidas em pergunta aberta.

De forma mais contida ou mais desenvolvida, mais genérica ou mais específica, mais opinativa ou mais propositiva, as opiniões expressas sobre o Museu<sup>13</sup> são globalmente de sentido positivo. Os temas mais abordados prendem-se com a necessidade de o Museu disponibilizar textos de apoio à visita em diferentes idiomas que não exclusivamente o português e com questões relacionadas com a museografia. Os outros temas, ainda que menos expressivos do ponto de vista quantitativo, são igualmente relevantes e denotam um olhar atento e crítico por parte dos públicos.

## 4.1. ELOGIOS E MANIFESTAÇÕES DE AGRADO

Uma parte muito expressiva das opiniões emitidas é elogiosa do MNSR, da exposição visitada, com reflexo na experiência de visita ao Museu por parte dos públicos.

Gostei e foi muito gratificante esta visita, porque tinha já ouvido falar dele, mas nunca o tinha visitado. É um espaço muito acolhedor, moderno, com muita iluminação, situação que não é vulgar nos museus, com pessoal muito atencioso e com profissionalismo. Recomendo aos amigos e tenciono voltar sempre que venha ao Porto. Obrigada àqueles que permitiram isto.

[#30465, out-2015, mulher, 61 anos, portuguesa, inspetora de educação, visitante frequente de museus]

Um Museu com peças riquíssimas, de interesse cultural e histórico português. A realização de um sonho desde criança: ver a escultura "O desterrado". Espero que o Museu mantenha a actual riqueza e beleza arquitectónica, assim como aumente a riqueza do seu espólio.

[#5500, fev-2015, homem, 45 anos, português, coordenador de formação, visitante ocasional de museus]

Outras, também elogiosas, enunciam de forma detalhada as mais-valias do Museu, revelando um conhecimento substantivo sobre o acervo do MNSR e do trabalho aí desenvolvido.

O Museu Nacional Soares dos Reis tem vindo a fazer um excelente trabalho na divulgação dos artistas portugueses, com óptima representação de pintura portuguesa e artes decorativas de vertente indo-portuguesa. A exposição da pintura naturalista na colecção do Millenium BCP veio a confirmar esse trabalho e a acentuar a mais-valia da arte portuguesa.

[#9329, mar-2015, mulher, 24 anos, portuguesa, assistente de galerista, visitante assíduo de museus]

Várias opiniões acrescentam à avaliação positiva do MNSR sugestões específicas com vista ao melhoramento da experiência de visita, designadamente quanto à promoção das atividades do Museu, aos textos de apoio e às traduções disponíveis, bem como a melhorias nas instalações.

(...) aproveito para sugerir que o Museu faça mais promoção das exposições aqui patentes de forma a conseguir atrair mais visitantes. Obrigada

[#3547, jan-2015, homem, 33 anos, português, técnico superior de turismo, visitante assíduo de museus]

É sempre digno de ser visitado e recomendado este museu português, mas penso que precisa de obras de recuperação, tanto a nível de arquitectura, como de iluminação.  
[#10146, mar-2015, mulher, 62 anos, portuguesa, técnica agrária, visitante ocasional de museus]

merci de bien vouloir donner des informations dans les différentes salles au moins en anglais, sinon en français et allemand. bravo pour la disposition des salles et la magnifique collection de portraits.  
[#8957, mar-2015, mulher, 67 anos, francesa, professora, visitante assíduo de museus]

## 4.2. CRÍTICAS E DESCONTENTAMENTO

Algumas, poucas, respostas - em particular quando comparadas com as de sentido positivo - expressam juízos críticos de sentido negativo, evocando uma certa imagem estática, de museu parado no tempo. Referem-se ainda ao desagrado relativamente a alguns aspetos da visita ao MNSR, designadamente a existência de salas fechadas ao público, e (uma vez mais) à inexistência de textos de apoio traduzidos.

musée un peu statique, fige dommage qu'il n'y ait pas la traduction en français par documentation ou audio guides. Des expositions temporaires seraient aussi bienvenues.  
[#31359, out-2015, mulher, 60 anos, francesa, reformada, -]

Collection extrêmement pauvre pour un musée national. Salles fermées à l'étage des arts décoratifs.  
[#6763, fev-2015, homem, 36 anos, francês, arquivista, visitante frequente de museus]

(..) E um museu do século XIX...e estamos no século XXI. Quem não conhecer as obras passa por elas inadvertidamente e é pena!!  
[#14950, mai-2015, mulher, 65 anos, portuguesa, professora do ensino secundário, visitante assíduo de museus]

Algumas opiniões manifestam-se de modo crítico relativamente a vários temas.

Apesar de ser um museu com elevado conceito e importância para a cidade acho que está mal aproveitado. Acho que deviam aprofundar melhor a secção das esculturas, melhorar a sinalização das salas (por exemplo, fornecer um mapa, colocar setas de orientação, etc.) e permitir o acesso ao jardim.  
[#6807, fev-2015, mulher, 22 anos, portuguesa, desempregada, visitante ocasional de museus]



Jardim Interior, DGPC/MNSR

### 4.3. EDIFÍCIO/IMÓVEL

Relativamente ao imóvel em que o MNSR está instalado (Palácio dos Carrancas, do séc. XVIII) é possível distinguir as opiniões que incidem especificamente sobre a arquitetura do edifício e sobre condições de instalação do Museu. Grande parte são francamente elogiosas.

Visite très agréable, les peintures et sculptures étaient vraiment intéressantes. Edifice imposant et beau, tout comme le patio.  
[#15600, mai-2015, mulher, 20 anos, francesa, estudante, visitante assíduo de museus]

Très belle collection, lieu très agréable et avec beaucoup de charme; Excellent accueil.  
[#23375, ago-2015, mulher, 25 anos, francesa, professora, visitante assíduo de museus]

Outras, menos elogiosas, dirigem-se ao estado de conservação do edifício e à necessidade de obras de manutenção/conservação e, muito em particular, à resolução de problemas de humidade e de infiltrações.

Estimem-no, cuidem bem dele, não deixem que as infiltrações estraguem com algo tão importante para a cidade do Porto [#13180, abr-2015, mulher, 61 anos, brasileira, empresária, visitante ocasional de museus]

Vou voltar de certeza absoluta. Fiquei triste de ver muita humidade em algumas paredes do museu. Ponham uma caixinha à entrada pedindo ajuda para a recuperação do edifício. As igrejas de Lisboa estão assim a começar a ser todas restauradas. Parece que funciona!! Não podemos pedir que o estado pague tudo!!

[#19657, jul-2015, mulher, 64 anos, portuguesa, relações públicas, visitante assíduo de museus]

Deixa-se apenas um comentário quanto à manutenção do edifício. As paredes apresentam humidade e presença de algumas teias de aranhas! De uma forma geral gostamos muito de ter visitado.

[#20374, jul-2015, mulher, 43 anos, portuguesa, especialista de informática, visitante ocasional de museus]

O estado geral de limpeza das instalações do MNSR é também objeto de apreciações várias por parte dos inquiridos.

trop d'accumulation trop de croutes

[#21851, ago-2015, homem, 57 anos, francês, ator de teatro, visitante frequente de museus]

Falta de limpeza no jardim

[#14830, mai-2015, homem, 57 anos, português, bancário reformado, visitante ocasional de museus]

As outras valências do Museu (como o espaço exterior, os jardins, a biblioteca, entre outras,) são merecedoras de comentários quer pela necessidade de melhoramentos quer pelo seu melhor aproveitamento.

(..) Tidy up the garden. Enhance the courtyard. Maybe a noticeboard with pictures of how the courtyard was used. Explanations in English. Modern multiple use Ex. concerts, sculpture displays, recreation of old time games and social activities.

[#9773, mar-2015, homem, 76 anos, maltês, professor universitário, visitante assíduo de museus]

(..) It would be nice to access the courtyard area, maybe a cafe space?

[#31109, out-2015, homem, 37 anos, inglês, planeamento urbano, visitante assíduo de museus]

No geral considero que o Museu é bastante apelativo, confortável e extremamente instrutivo, contudo penso que seria útil ter um roteiro pormenorizado de todo o espaço cultural e designadamente no que diz respeito às obras de arte expostas, bem como seria do interesse da comunidade visitante conhecer outros locais que também dizem respeito a todo o espaço deste Maravilhoso Palácio, deveria haver menção e visitas guiadas com mais frequência e direcionadas nomeadamente para a história do próprio Museu (inicialmente palácio das Carrancas e acesso ao auditório e ao ciclódromo em todas as visitas. Quanto aos jardins deveriam estar um pouco mais cuidados, dado que se trata do Jardim das Camélias, flor que caracteriza a nossa Cidade Invicta do Porto!!! Obrigada pelo prazer que nos proporcionaram!!!

[#9804, mar-2015, mulher, 47 anos, portuguesa, vendedora, visitante ocasional de museus]

A disponibilização de informação mais detalhada sobre o Palácio dos Carrancas, designadamente a história da sua construção/recuperação, usos e funções dos diversos espaços, é outro aspeto focado pelos públicos.

Post information about the building itself. May be already done but I did not see it myself. The building is quite beautiful in its own right!

[#15874, 30-mai-2015, mulher, 61 anos, norte-americana, engenheira de software, visitante frequente de museus]

(...) Poderia haver um maior enquadramento histórico do edifício e função de cada sala (tendo em conta que era o palácio de D. Pedro, e a importância deste durante o cerco do Porto). A entrada para os jardins tem de ser feita, obrigatoriamente por dentro de um espaço comercial (café), havendo uma porta junto à recepção para estes, que se encontra fechada. (...)

[#16029, mai-2015, mulher, 20 anos, portuguesa, estudante de mestrado, visitante assíduo de museus]

(...) Dado tratar-se de um museu instalado num palácio, deveriam existir algumas referências à história do mesmo: quando foi construído? foi construído para quê? etc.

[#29983, out-2015, mulher, 26 anos, portuguesa, advogada, visitante frequente de museus]

## 4.4. MUSEOGRAFIA

A museografia é, como se viu anteriormente no quadro 15, um dos temas com contingentes mais volumosos de opiniões e sugestões. São vários os aspetos mencionados pelos públicos a esse propósito, entre eles a necessidade de a modernizar e de a tornar mais apelativa.

La présentation des collections est très classique; cela mériterait d'être revu et modernisé

[#34221, nov-2015, mulher, 54 anos, francesa, oficial de cooperação e desenvolvimento, visitante assíduo de museus]

Museum needs a face lift. (..)

[#16351, jun-2015, homem, 50 anos, australiano, gestor, visitante assíduo de museus]

Hacer un poco más vivo el museo

[#14443, mai-2015, homem, 65 anos, holandês, agrônomo, visitante assíduo de museus]

Outros públicos tecem comentários apreciativos (de sentido positivo ou negativo) sobre a exposição permanente patente no Museu no momento da inquirição.

elle surprise, la rue est bruyante et le musée ne se voit pas beaucoup pourtant la collection permanente est magnifique. J'ai découvert la peinture portugaise que je ne connaissais pas. Toutefois j'ai trouvé le musée mal éclairé (on voit mal les tableaux) et il y a peu d'indications sur les peintres et les tableaux dans les salles.

[#26787, set-2015, mulher, 20 anos, francesa, estudante universitária, visitante assíduo de museus]

I liked the permanent exhibit of paintings and sculptures as well as the paintings on the top floor. But the temporary exhibit wasn't my taste and I don't really take an interest in antique furniture that is on the top floor, although I'm sure it's very nice to people that do like it.

[#25160, ago-2015, homem, 19 anos, inglês, estudante, visitante frequente de museus]

melhor programação, valorização da exposição permanente. Uma boa programação da galeria temporária, talvez em concertação com a fundação de Serralves. Considero a exposição da árvore [XXIX Exposição Coletiva de Sócios da Árvore] péssima, não dignifica em nada a imagem dos museus nacionais.

[#24704, ago-2015, homem, 23 anos, português, artista, visitante assíduo de museus]



O alargamento e diversificação da exposição permanente é um dos argumentos mais utilizados pelos públicos.

Diversifier la collection permanente surtout d'œuvres modernes (19e siècle)

[#24794, ago-2015, homem, 27 anos, francês, inspetor de finanças públicas, visitante assíduo de museus]

Embora se entenda que o privilégio dado à exposição permanente da coleção de Artes Plásticas dos sécs. XIX e XX decorre da gestão do espaço disponível em função do espólio, creio que seria interessante contemplar também o núcleo de Arte da Antiguidade (grega e romana), para uma melhor e mais significativa amostragem da diversidade do acervo do Museu.  
[#26471, set-2015, mulher, 40 anos, portuguesa, historiadora de arte, visitante assíduo de museus]

(...) Apesar da beleza do palácio e ambiente que o rodeia, qualidade no modo de expor e algumas peças de valor, o conjunto deixa uma impressão desoladora de certa pobreza, de um vazio. Não seria possível enriquecer o recheio conseguindo em depósito obras de coleções privadas ou de outros museus que não conseguem expor tudo o que possuem?

[#16033, mai-2015, homem, 70 anos, português, jornalista, visitante frequente de museus]

Também a variedade e qualidade das exposições temporárias é objeto de diversas apreciações.

Variedade de exposições uma vez que [o museu] reúne condições estruturais para acolher grandes exposições nacionais e internacionais.

[#2200, dez-2014, mulher, 15 anos, portuguesa, estudante, visitante frequente de museus]

Gostava de ver exposições temporárias com outros pintores nacionais e/ou internacionais.

[#26402, ago-2015, homem, 66 anos, português, bancário,-]

(...) Devo também manifestar o meu desagrado relativamente à péssima qualidade das exposições temporárias que presenciei.

[#214, dez-2014, homem, 24 anos, português, desempregado, visitante assíduo de museus]

São muito diversas as opiniões sobre os conteúdos expositivos que deveriam ser acrescentados apresentados pelo Museu. Uns defendem a inclusão de mais obras de autores estrangeiros...

tout est parfait mais pas assez de tableaux étrangers

[#396, dez-2014, homem, 74 anos, francês, médico, visitante assíduo de museus]

Incluir exposições de autores internacionais, no centrado se unicamente em los autores portugueses.

[#26948, set-2015, mulher, 20 anos, espanhola, estudante,-]

Será muy interesante organizar una exposición con la pintura de los Macchiaioli italianos, pues la obra de algunos de los pintores portugueses del siglo XIX presentes en este museo (por ejemplo, Henrique Pousao) muestra una gran cercanía con esta escuela. También sería interesante alguna exposición sobre danza.

[#22095, ago-2015, mulher, 47 anos, espanhola, professora, visitante assíduo de museus]

... outros defendem mais obras de autores nacionais...

Have more art from Porto and the North region of Portugal. It would also be interesting to have some literature exhibits since the 18th and 19th century produced some great literary works.

[#27653, set-2015, homem, 22 anos, norte-americano, estudante, visitante assíduo de museus]

Se possível, deveria existir um maior número de obras do artista que dá nome ao museu, Soares dos Reis.

[#11177, abr-2015, mulher, 17 anos, portuguesa, estudante, visitante assíduo de museus]

Gostaria de ter visto mais peças da Aurélia de Sousa (...)

[#34081, nov-2015, mulher, 29 anos, portuguesa, assistente de visitas a museu, visitante assíduo de museus]

... outros ainda defendem a maior presença de obras contemporâneas e o alargamento de algumas das coleções do Museu.

(...) n'hésitez pas à faire présenter l'art contemporain portugais ainsi que d'autres facettes artistiques de votre beau pays!

[#10463, mar-2015, mulher, 33 anos, francesa, professora de artes plásticas, visitante assíduo de museus]

Sugeria que acolhessem mais intervenções de artistas contemporâneos.

[#9847, mar-2015, homem, 37 anos, português, artista, visitante assíduo de museus]

We expected to see more furniture and jewellery since these were claimed to be part of the displays. The art was very enjoyable to view.

[#31329, out-2015, homem, 66 anos, -, empresário, visitante frequente de museus]

Mais pintura, desenhos e esculturas do século XVIII/XIX.

[#23124, ago-2015, mulher, 21 anos, portuguesa, estudante, visitante assíduo de museus]

Alguns comentários enfatizam o espaço expositivo do MNSR, chamando à atenção para o modo como este está organizado, e/ou aproveitado, e as obras estão expostas.

que as salas não fiquem pintadas de branco porque tira a luz dos quadros

[#7555, fev-2015, mulher, 52 anos, portuguesa, arquiteta, -]

(...) colocar um fundo escuro por trás das esculturas

[#11875, abr-2015, homem, 57 anos, português, jurista, visitante assíduo de museus]

(...) Les salles d'exposition des tableaux, notamment, avec les fils métalliques qui suspendent les toiles, dénaturent l'ensemble... C'est dommage ...

[#32102, out-2015, homem, 55 anos, francês, agente em empresa de transportes ferroviários, visitante frequente de museus]

Várias sugestões incidem especificamente sobre a contextualização das obras expostas<sup>14</sup>, designadamente no que se refere a uma mais imediata contextualização histórica recorrendo quer a textos de enquadramento quer a música ambiente de época.

Música ambiente baixa de compositores da época visada nas obras expostas de pintura.

[#14361, mai-2015, mulher, 32 anos, portuguesa, revisora, visitante frequente de museus]

Lovely 19th Century paintings. However, I was disappointed there was no explanation of their cultural or historical significance in English. (...)

[#24985, ago-2015, homem, 56 anos, inglês, consultor de negócios, visitante frequente de museus]

A coleção é muito interessante, mas existem poucas explicações referentes aos vários movimentos artísticos... Tenho a vaga ideia de que existe uma escola de arte do Porto... Quem são os artistas... Vi sinais de humidade em algumas salas, espero que não afectem as pinturas... (...)

[#18111, jun-2015, mulher, 49 anos, portuguesa, professora, visitante assíduo de museus]

Alguns (poucos) comentários incidem sobre o estado de conservação (e restauro) das peças em exposição. Se por um lado se tecem preocupações quanto às condições físicas (como a já referida falta de manutenção do edifício provocando excesso de humidade nas paredes ou a exposição excessiva à luz natural), por outro lado identificam-se algumas obras expostas a necessitar de restauro.

<sup>14</sup> Mais adiante neste capítulo retornar-se-ão as questões relacionadas com a contextualização das obras expostas, designadamente quando relacionadas com as temáticas da interatividade no museu e os textos de apoio.

O verniz de algumas telas, dos retratos, estava em estado um pouco danificado. A iluminação não é a melhor, sendo em parte a iluminação natural do edifício um problema para a exposição (embora seja também criadora de um ambiente tranquilo, adequado). (..)

[#20593, jul-2015, homem, 23 anos, português, estudante, visitante frequente de museus]

nice collection, some paintings need restauration.

[#29188, set-2015, mulher, 29 anos, alemã, estudante, visitante assíduo de museus]

Um conjunto de opiniões incide especificamente sobre o acervo do Museu, com considerações várias sobre as peças escolhidas para apresentação ao público, sua dinamização e renovação.

Museu agradável, um acervo relativamente limitado, mas faz um grande esforço em ter uma dinâmica cultural diversificada. atrair novos públicos.

[#11942, abr-2015, homem, 61 anos, português, investigador criminal, visitante assíduo de museus]

Visitei este Museu há aproximadamente 10 anos atrás e achei que está um pouco pobre no que respeita a manutenção. Também fiquei com a noção (embora tenham passado 10 anos e a minha percepção na altura fosse diferente) que terá havido poucas aquisições neste intervalo de tempo (o que também é coerente com a situação do país).

[#2081, dez-2014, mulher, 33 anos, portuguesa, arquiteta, visitante assíduo de museus]

Alguns públicos identificam as obras (ou coleções) que mais foram do seu agrado.

Adoramos a piso das Artes Decorativas :-)

[#9887, mar-2015, mulher, 36 anos, portuguesa, empresária, visitante ocasional de museus]

Visite agréable. Locaux splendides. Collections bien mises en valeur. Grand intérêt pour l'œuvre Soares dos Reis inconnu pour nous jusqu' à ce jour

[#28578, set-2015, mulher, 55 anos, francesa, direção de finanças públicas, visitante assíduo de museus]

Peut-être mettre un peu plus en valeur certaines pièces importantes de votre collection comme les bijoux... L'accueil est génial. Revoir peut être l'éclairage des tableaux

[#22269, ago-2015, homem, 30 anos, francês, professor, visitante assíduo de museus]

(..) Les 2 tableaux de Clouet ne sont pas mis en valeur.

[#19713, jul-2015, mulher, 54 anos, francesa, professora, visitante assíduo de museus]



## 4.5. INTERAÇÃO NO MUSEU

Algumas sugestões referem-se à dinamização dos conteúdos do museu /ou interatividade com os diferentes tipos de públicos.

Do an audio/visual presentation on the whole museum - what it contains etc -five minutes - on a loop. (...)

[#22701, ago-2015, homem, 57 anos, irlandês, professor, visitante frequente de museus]

A utilização de ferramentas multimédia bem como das novas tecnologias de comunicação são algumas das formas sugeridas para que o visitante consiga um maior aprofundamento do conhecimento sobre as obras expostas e, com isso, se consiga despertar maior interesse pelas mesmas.

(...) I would like to see more info on the artists, why they were important and also highlight some works of art. There is no background information. I like to know the story behind a painting, sculpture, etc. It is a very traditional museum; more interactive displays would make it more attractive.

[#30355, out-2015, mulher, 47 anos, holandesa, gerente de organização sem fins lucrativos, visitante ocasional de museus]

Le musée est tellement riche, il y a tant à voir. Cependant il est assez difficile de tout apprécier en quelques heures. On peut vite se fatiguer. Peut-être faudrait-il essayer de moderniser et organiser des expositions temporaires plus thématiques. Peut-être certaines animations qui mettront plus en valeur l'histoire de certains tableaux, œuvre d'art ou leurs auteurs. Les œuvres d'art sont tellement magnifiques qu'on aimerait encore en savoir plus sur leurs secrets.

[#24283, ago-2015, mulher, 32 anos, madagasquenha, diretora de organização não governamental, visitante frequente de museus]

Também relacionada com a interação dos públicos no Museu está o cumprimento (ou não) de um conjunto de normas (formais ou informais) que de algum modo interferem com a experiência de visita. A esse propósito surgem alguns comentários em que se aponta o excesso de ruído nas salas de exposição (por parte dos públicos e de funcionários) ou a utilização do telemóvel.

(..) le bruit des talkies walkies pendant la visite est très gênant  
[#26712, set-2015, homem, 50 anos, francês, autor, visitante frequente de museus]

Parece-me que seria bom controlar um pouco o ruído. Nomeadamente não permitir que se atenda telemóveis. Os funcionários fazerem menos barulho, com telemóveis e sapatos. Aprofundar as explicações sobre as obras expostas.  
[#24640, ago-2015, homem, 40 anos, português, consultor financeiro, visitante frequente de museus]

## 4.6. INTERNET E REDES SOCIAIS

A disponibilização gratuita de acesso à Internet é outra das sugestões referidas pelos públicos.

Sugiro disponibilizarem Wi-Fi para todos os utentes, para que seja possível complementar a visita com a procura de informação. Sugiro a criação de uma visita guiada através do uso de aplicação para smartphones. (..)

[#19256, jul-2015, mulher, 38 anos, portuguesa, professora ensino superior, visitante assíduo de museus]

O website do Museu e a informação que este difunde através das redes sociais<sup>15</sup> é outro dos assuntos recorrentes. Refere-se a necessidade de se dispor de informação atualizada, de mais conteúdos dirigidos aos públicos, bem como de uma melhor gestão das redes sociais.

(...) Considero ainda que a aposta deveria ser maior nas redes sociais (atualizar de modo mais expedito a página do Facebook e criar uma página do Tumblr, por exemplo), de modo a cativar as camadas jovens (...)

[#4861, fev-2015, mulher, 20 anos, portuguesa, estudante, visitante assíduo de museus]

- Melhorar as condições de Exposição: mais e melhor informação sobre as peças. A coleção é muito interessante mas o usufruto da mesma fica muito prejudicado pela falta de tabelas, catálogos, website de qualidade (o website do museu é a todos os níveis insuficiente). (...) Para além do website não ser actualizado com a frequência que devia, a informação colocada é de muito má qualidade. O mesmo se aplica às redes sociais: será de notar que o MNSR foi dos últimos a entrar nas redes sociais. Recordo que num artigo no jornal Público a directora do MNSR refira, na comunicação social, que o MNSR divulga as exposições que faz mas continuava a receber poucos visitantes a uma exposição temporária que, segundo a mesma, teria sido bem divulgada. Seria pertinente uma leitura de o porque das exposições serem pouco visitadas: a informação não chega ao público porque os canais de divulgação não são os melhores? Porque a informação é difundida poucas vezes? Não basta fingir que se divulga, isto é, divulgar uma vez. (...)

[#14269, mai-2015, homem, 32 anos, português, médico, visitante assíduo de museus]

## 4.7. SINALIZAÇÃO URBANA

Vários são os comentários sobre a sinalização do MNSR no espaço público. Em alguns aponta-se a falta de visibilidade da entrada do edifício do Museu.

(...) Votre entrée n'est pas très visible. C'est ma septième fois à Porto, mais seulement très tard, j'ai appris que ce musée existé.

[#3213, jan-2015, homem, 24 anos, alemão, estudante de história de arte/literatura, visitante assíduo de museus]

très beau musée, dommage pour l'absence de traduction française et l'absence de signalisation pour se rendre à ce musée.

[#10926, abr-2015, homem, 54 anos, francês, técnico, visitante frequente de museus]

(...) Ajouter des pancartes signalétiques dans le quartier pour publiciser et localiser plus facilement le musée, lequel est difficile à trouver.

[#27152, set-2015, mulher, 28 anos, canadiana, advogada, visitante assíduo de museus]

Outros comentários referem-se especificamente à ausência de sinalização pedonal e à falta de indicações para se chegar ao Museu a partir do centro histórico da cidade do Porto.

Améliorer la signalisation du musée dans la ville de Porto pour les piétons. (...)

[#16561, jun-2015, homem, 65 anos, francês, diretor na administração francesa, visitante assíduo de museus]

(...) + améliorer la signalisation en ville car. J'ai mis beaucoup de temps pour trouver...peut être une signalisation à pied comme un petit parcours

[#27662, set-2015, mulher, 35 anos, francesa, advogada, visitante assíduo de museus]

(...) Na rua não há muita sinalização do percurso até aqui (vindo pelo centro).

[#28642, set-2015, mulher, 29 anos, portuguesa, administrativa financeira, visitante assíduo de museus]



Alguns comentários referem-se à dificuldade de saber a melhor forma de chegar ao MNSR a partir de transportes públicos.

It's a beautiful building but a little inaccessible from the main area of Porto. More public signs from the centre would help.

[#24707, ago-2015, homem, 54 anos, inglês, professor universitário, visitante assíduo de museus]

atualização das exposições no site. Mapa com mais facilidade de acesso. Indicação de como chegar de ônibus e metro

[#5807, fev-2015, mulher, 60 anos, portuguesa, analista bancário, visitante frequente de museus]

## 4.8. HORÁRIOS E TARIFAS

Um outro grupo de comentários por parte dos públicos prende-se com o horário de funcionamento e o tarifário do MNSR. Quanto ao horário, alguns comentários realçam, como se disse anteriormente, a importância desta informação estar no website do Museu de forma atualizada, acessível e clara.

More clearly stated opening times in English on the museum website please! Thank you.  
[#18246, jun-2015, mulher, 26 anos, inglesa, professora, visitante assíduo de museus]

Vários comentários referem-se ao tarifário e aos preços praticados. Em alguns casos é sugerida a possibilidade de extensão da validade do bilhete.

o Bilhete é muito caro.  
[#31028, out-2015, mulher, 40 anos, portuguesa, -, visitante frequente de museus]

Validade do Bilhete abranger 48 horas.  
[#20355, jul-2015, homem, 32 anos, português, técnico de química industrial, visitante assíduo de museus]

Ainda no âmbito do tarifário, destacam-se os comentários que defendem o alargamento dos períodos de entrada gratuita.

Que sea gratuito.  
[#9337, mar-2015, homem, 54 anos, espanhol, administrativo, visitante assíduo de museus]

Alargar as entradas gratuitas.  
[#32126, out-2015, mulher, 39 anos, portuguesa, artista plástica, visitante ocasional de museus]

Deveria ser de entrada gratuita em mais dias do mês.  
[#22170, ago-2015, mulher, 49 anos, portuguesa, professora,-]

Ocorrem ainda manifestações de descontentamento por parte de públicos estrangeiros muito provavelmente por as indicações patentes nos roteiros turísticos não coincidirem com a realidade encontrada à entrada do museu<sup>16</sup>.

FREE ON ALL SUNDAY OF THE MONTH  
[#26305, ago-2015, -, 40 anos, francesa, função pública, -]

São várias as referências a descontos, isenções e outro tipo de condições especiais de acesso ao MNSR. Destacam-se os comentários que sugerem a isenção para estudantes (sobretudo os de arte), mas também para outros grupos populacionais como os desempregados ou os docentes.

<sup>16</sup> Relembre-se que, na altura em que decorreu este inquérito (dezembro 2014-dezembro 2015) o período de entrada gratuita nos museus tutelados pela DGPC se restringia ao primeiro domingo do mês.

Acesso gratuito a qualquer estudante de qualquer área artística.

[#1752, dez-2014, mulher, 22 anos, portuguesa, estudante de pintura, visitante frequente de museus]

podiam fazer mais actividades e gratuitas para desempregados

[#7292, fev-2015, mulher, 34 anos, portuguesa, professora,-]

Preços mais acessíveis para docentes.

[#18529, jun-2015, mulher, 42 anos, portuguesa, gestora, visitante frequente de museus]

## 4.9. SERVIÇOS

Um outro conjunto de comentários prende-se com os diversos serviços que o MNSR coloca à disposição dos públicos. As observações sobre os sanitários do Museu são escassas e referem-se sobretudo a pequenos melhoramentos referentes à iluminação, aos sistemas de autoclismo e aos caixotes de lixo.

Espero que a luz das casas de banho venha a ser mais forte.

[#4888, fev-2015, homem, 43 anos, português, bancário, visitante ocasional de museus]

Falta colocar cestos/receptáculos para o papel higiénico usado junto às sanitas, nas casas de banho.

[#34118, nov-2015, homem, 59 anos, português, jurista, visitante frequente de museus]

São igualmente poucos os comentários sobre a cafetaria/restaurante do MNSR encontrando-se até opiniões contraditórias: por um lado defende-se uma maior aposta e dinamização deste espaço, por outro questiona-se a existência deste tipo de serviços num museu como o MNSR.

Dinamização zona bar.

[#26790, set-2015, mulher, 50 anos, portuguesa, gerente comercial, -]

(..) Não acho nada boa ideia meter um restaurante dentro do Museu! (..)

[#16036, mai-2015, homem, 36 anos, português, técnico superior de laboratório, visitante frequente de museus]

Várias observações incidem sobre a loja do Museu. Na sua grande maioria, os que se manifestam a este propósito lamentam a pouca variedade de produtos à venda relacionados com o MNSR.

(...) Deviam ter mais cuidado com as obras, livros e catálogos que podem ser compradas na loja de modo a reflectir as peças expostas e complementarem a exposição de maneira que o visitante queira levar um bocado do museu por assim dizer.

[#14100, mai-2015, homem, 36 anos, português, ilustrador, visitante frequente de museus]

Merveilleux Musée qui recelé des trésors. Etablir des catalogues qui permettent de les acheter et de les offrir'

[#9146, mar-2015, mulher, 45 anos, francesa, psicóloga, visitante frequente de museus]

Talvez mais produtos de venda na loja, de resto tudo bom

[#35036, nov-2015, mulher, 67 anos, portuguesa, psicóloga, visitante assíduo de museus]

More variation of postcards available in the museum shop.

[#16374, jun-2015, homem, 24 anos, inglês, gerente de contas, visitante assíduo de museus]

A inexistência de reproduções ou réplicas de algumas obras emblemáticas da coleção do MNSR parece ser motivo de descontentamento de alguns públicos.

Vinha muito na expectativa de adquirir uma reprodução da Flor Agreste ou no mínimo um postal. Fica a sugestão de voltarem a ter, como há uns anos atrás.

[#7787, mar-2015, mulher, 55 anos, portuguesa, enfermeira, visitante frequente de museus]

venda de réplicas das principais esculturas, nomeadamente desterrado; academia - homem sentado e flor agreste

[#22094, ago-2015, mulher, 32 anos, portuguesa, professora, visitante frequente de museus]

Um outro aspeto apontado prende-se com a dificuldade em encontrar suportes complementares de informação (como catálogos e folhetos) em outras línguas que não o português que permitam, por parte do visitante, um aprofundamento do conhecimento sobre as obras e os artistas que compõem a coleção do MNSR.

(...) A loja tem ausência de catálogos de exposições realizadas anteriormente. Gostava de ver informação na ficha técnica, referente às dimensões das obras expostas, na colecção permanente. Se o museu tem uma colecção de desenho, porque não a expõe ou pertence à Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto (FBAUP)?

[#21746, jul-2015, homem, 35 anos, português, artista plástico, visitante assíduo de museus]

(...) En boutique livre en français pour achat.

[#19123, jul-2015, homem, 57 anos, francês, militar, visitante frequente de museus]

There is barely any information in English and severely limited books available in English (pretty much just the general museum guide, which wouldn't be suitable for me as I'm only interested in the paintings). I would definitely have bought a guide in English if there had been something specific about painters (and I'm considering getting one in Portuguese just to have some kind of information about painters like Aurelia [de Sousa]). Nevertheless, I still enjoyed the museum, as it taught me a great deal about painters I had never heard of before. I look forward to learning more about them with further research.  
[#13601, mai-2015, homem, 34 anos, turco, analista de dados e jornalista, visitante assíduo de museus]

Um pouco no sentido do que foi referido anteriormente (mas talvez aqui de uma forma mais clara) estão os comentários sobre a insuficiente oferta de merchandising do MNSR. Defende-se a diversificação dos produtos disponíveis na loja tendo em conta não só as potencialidades da própria coleção do MNSR mas também as condicionantes do lado dos visitantes, muitos deles turistas estrangeiros que farão longas viagens até regressar a casa.

Só uma [sugestão] e porque reflecte um problema dos Museus Nacionais a nível nacional: é necessário haver um Coordenador de Marketing Cultural para as lojas dos museus, pois estes têm poucos produtos e apenas do nível médio-alto (i.e., muito caros); para além disso, cerâmicas e afins não são facilmente transportáveis por quem vem ao Porto de comboio ou companhias low-cost ;-) ... É necessário diversificar produtos e isso pode ser feito sem atingir o carácter e a integridade das peças. A quem duvide, aconselho uma visitazinha ao Museu do Prado em Madrid ou ao Reikmusuem em Amsterdão, sem esquecer a National Gallery em Londres :-D ...  
[#23485, ago-2015, mulher, 46 anos, portuguesa, professora ensino secundário, visitante frequente de museus]

Tengo tres [sugerencias]: 1. Mejorar la iluminación en las salas de pintura ya que hay cuadros que prácticamente no se ven. 2. Hacer marca libros. 3. Hacer copias de las joyas para su venta.  
[#34773, nov-2015, mulher, 66 anos, espanhola, chefe de documentação e serviço de biblioteca, visitante assíduo de museus]

More variation of postcards available in the museum shop.  
[#16374, jun-2015, homem, 24 anos, inglês, gerente de contas, visitante assíduo de museus]

## 4.10. PESSOAL

São muitos os comentários que se referem especificamente ao atendimento ao público por parte do pessoal do Museu. São sobretudo referências elogiosas à cordialidade, simpatia, profissionalismo e atenção dos funcionários.



DGPC/MNSR

(...) Venho por este meio, agradecer a atenção, simpatia e cordialidade com que fui recebido pelos funcionários do Museu Nacional Soares dos Reis (...)

[#3547, jan-2015, homem, 33 anos, português, técnico superior de turismo, visitante assíduo de museus]

La visite est très agréable, les hôtesse accueillantes, je n'ai rien a proposer de plus.

[#24019, ago-2015, mulher, 46 anos, francesa, professora, visitante frequente de museus]

La exposición me ha decepcionado pero el trato recibido en la recepción es inmejorable. Así da gusto! Muy simpáticos :)

[#20412, jul-2015, mulher, 19 anos, espanhola, estudante de medicina, visitante assíduo de museus]

Alguns comentários referem-se especificamente à presença dos vigilantes nas salas do Museu, considerando essa vigilância como apertada e, por isso, intrusiva na experiência de visita.

Os Seguranças são um pouco incomodativos, estão sempre “presentes” e não deixam os utentes do museu “à vontade”. (...) [#177, dez-2014, homem, 30 anos, português, contabilista, visitante ocasional de museus]

Lovely museum. Great to see so much Portuguese art. The room guards were watching me a bit too closely, which made me a bit uncomfortable. Otherwise a lovely visit! [#12719, abr-2015, mulher, 30 anos, holandesa, controladora financeira, visitante frequente de museus]

Très belle collection mais c’est un musée qui se visite plusieurs fois pour vraiment tout apprécier. On comprend la protection des œuvres mais on se sent un peu trop surveillé par les gardes. C’est un peu perturbant pour la visite. (..) Merci pour ce beau musée. [#24282, ago-2015, mulher, 36 anos, madagasquenha, investigadora, visitante frequente de museus]

Outros referem especificamente a necessidade de melhorar as competências dos vigilantes do museu em prestar esclarecimentos aos visitantes sobre os conteúdos expostos no MNSR.

Melhorar as competências dos colaboradores ao nível da informação a prestar aos visitantes e a sua forma de estar. [#661, dez-2014, homem, 41 anos, português, economista/gestor, visitante frequente de museus]

## 4.11. PUBLICIDADE/PROMOÇÃO/ DIVULGAÇÃO

Um outro grupo de opiniões diz respeito à divulgação das atividades do MNSR. Argumenta-se que deve existir uma maior divulgação das suas atividades bem como uma maior notoriedade junto de diversos públicos, incluindo os locais.

(..) É preciso divulgar de forma a que a informação chegue ao público. Digo isso com conhecimento de causa porque me considero um visitante que procura activamente informação sobre as actividades que os museus de todo o país desenvolvem e fico com a impressão que o MNSR é dos que menos divulga o que faz (que o faz pelos canais errados e em parca quantidade). (...) [#14269, mai-2015, homem, 32 anos, português, médico, visitante assíduo de museus]

Maior promoção do museu junto da população local e turistas, promoção das exposições temporárias e programação do museu.  
[#16785, jun-2015, homem, 27 anos, português, farmacêutico, visitante assíduo de museus]

Mais divulgação e atividades dentro do museu que puxem as populações e as façam identificar-se com ele.  
[#12725, abr-2015, homem, 50 anos, português, jornalista, visitante assíduo de museus]

Argumenta-se a necessidade de uma estratégia de marketing que atraia mais turistas estrangeiros e que torne o museu mais conhecido na cidade do Porto.

More prominent marketing for greater awareness of the museum (...)  
[#23380, ago-2015, homem, 19 anos, holandês, estudante, visitante assíduo de museus]

maior publicidade, sobretudo nos circuitos internacionais, melhores exposições temporárias, alargar exposição de arte do séc XX.  
[#2181, dez-2014, mulher, 30 anos, portuguesa, arquiteta, visitante assíduo de museus]

[Soares dos] Reis is the main attraction. Make that more known in the city. His sculptures is the only reason that i am here  
[#16105, jun-2015, homem, 51 anos, holandês, consultor, visitante assíduo de museus]

Alguns dos comentários incidem especificamente sobre o circuito turístico, defendendo a existência de uma maior presença do MNSR quer nos roteiros turísticos quer nos hotéis da cidade.

Mais divulgação junto de hotéis por exemplo.  
[#21622, jul-2015, mulher, 47 anos, portuguesa, -, visitante frequente de museus]

Make more publicity in e.g. travel books, websites, flyers in hotels, ...  
[#25279, ago-2015, homem, 46 anos, belga, técnico informático, visitante ocasional de museus]

## 4.12. APOIO À VISITA

Os comentários por parte de públicos estrangeiros deixam antever que o Museu não proporciona visitas orientadas/guiadas noutra língua que não o português - ou pelo menos não com a periodicidade que alguns acham necessária.

guides and guided tours in English please

[#18789, jul-2015, homem, 24 anos, suíço, estudante, visitante assíduo de museus]

il faudrait des audioguides ou des guides papiers a défaut de visites guidées en français

[#28815, set-2015, mulher, 34 anos, francesa, médica, visitante assíduo de museus]

(..) Na falta de visitas guiadas, deviam ser disponibilizados audíofones para melhor conhecimento dos autores expostos.

[#6710, fev-2015, mulher, 65 anos, portuguesa, gestora exportação, visitante frequente de museus]

Um outro aspeto focado é o custo associado às visitas guiadas/orientadas, existindo opiniões discrepantes quanto a este assunto.

Sugiro que se realizem visitas guiadas de pelo menos 1 hora, incluídas no valor pago. Obrigada

[#25084, ago-2015, mulher, 34 anos, portuguesa, bibliotecária, visitante assíduo de museus]

Penso que deveriam divulgar de forma mais notória as visitas guiadas, e também realizá-las mais frequentemente. Por outro lado, o museu deveria ser gratuito com visitas guiadas pagas, mas a um valor acessível com descontos para estudantes. (..)

[#4861, fev-2015, mulher, 20 anos, portuguesa, estudante, visitante assíduo de museus]



Os audioguias constituem importantes apoios à visita. Uma vez que o MNSR não dispõe desse serviço (ver atrás capítulo 2.2) os comentários apontam para a necessidade da sua implementação.

(...) seria útil a introdução de visitas guiadas por audioguia e/ou de mais placards explicativos (como se vê aqui bem perto, no Museu da Fundação de Serralves).

[#20593, jul-2015, homem, 23 anos, português, estudante, visitante frequente de museus]

Sugiro a possibilidade de requisição de audioguias (mediante pagamento/caução). Certamente iria ajudar a acompanhar melhor a visita.

[#12371, abr-2015, mulher, 28 anos, portuguesa, médica, visitante assíduo de museus]

Seria útil um roteiro gratuito do museu (...) e uma explicação das legendas em várias línguas. eventualmente um acompanhamento por um sistema gravado audiófónico resolveria a questão e que fosse transmitindo o detalhe da exposição. Obrigado!

[#16923, jun-2015, homem, 52 anos, português, gestor de vendas, visitante assíduo de museus]

A disponibilização de um audioguia parece ser (ainda mais) premente junto de públicos de língua francesa, uma vez que que o Museu não disponibiliza informações neste idioma.

mettre de la documentation en français et audio guide français. Plus d'explications (...)

[#19123, jul-2015, homem, 57 anos, francês, militar, visitante frequente de museus]

(...) fige dommage qu'il n'y ait pas la traduction en français par documentation ou audio guides. (...)

[#31359, out-2015, mulher, 60 anos, francesa, reformada, -]

Outros comentários reforçam a pertinência do MNSR disponibilizar o serviço de audioguias, podendo inclusivamente adaptá-lo a diferentes segmentos de público como o público infantil.

(...) provide audio tours to make it more fun and interactive

[#33974, nov-2015, homem, 55 anos, holandês, gestor de desenvolvimento de vendas, visitante assíduo de museus]

(...) Realizar propuestas auto guiadas para niños y adultos.

[#28983, set-2015, mulher, 42 anos, argentina, licenciada em artes visuais, visitante assíduo de museus]

## 4.13. CONFORTO E ACESSIBILIDADE

Um outro tema patente nas opiniões e sugestões refere-se ao conforto do visitante e à acessibilidade de pessoas com mobilidade reduzida. A existência de bancos ao longo do circuito expositivo é um dos aspetos geralmente apontados pelos públicos para seu conforto. Porém, os comentários dos públicos inquiridos no MNSR referem-se sobretudo a uma localização exata dos bancos para observação e contemplação de obras específicas.

un peu plus de bancs pour s'asseoir pour admirer les œuvres  
[#22047, ago-2015, mulher, 49 anos, francesa, recursos humanos, visitante assíduo de museus]

Gostava de ver bancos para repouso em frente das principais obras referenciadas no livro da Laura Castro<sup>17</sup>  
[#13911, mai-2015, mulher, 48 anos, portuguesa, guia-intérprete e psicóloga, visitante assíduo de museus]

Ainda relacionada com o conforto da visita está a temperatura ambiente no interior do edifício. Vários visitantes manifestam o seu descontentamento face a temperaturas demasiado frias (no inverno) ou demasiado quentes (no verão).

o museu neste momento esta a precisar de melhoramentos a nível de aquecimento.  
[#3105, jan-2015, mulher, 55 anos, portuguesa, segurança, visitante ocasional de museus]

Me ha parecido un museo interesante, con un ambiente agradable. El personal muy atento. Solo comentar que hace un poco de frio  
[#4675, jan-2015, homem, 60 anos, espanhol, oficial de marinha, visitante ocasional de museus]

il fait chaud, il faudrait plus d'aération  
[#17058, jun-2015, homem, 65 anos, francês, professor universitário, visitante assíduo de museus]

Alguns públicos argumentam com a necessidade de uniformizar a temperatura ambiente em todas as salas do Museu bem como adequá-las às condições de conservação das obras.

Homogénéiser la température dans les salles: il fait froid dans certaines, chaud dans d'autres.  
[#22849, ago-2015, mulher, 18 anos, francesa, estudante, visitante frequente de museus]

(..) Temperatura y humedad en sala poco adecuada para la obra.  
[#4017, jan-2015, homem, 48 anos, espanhol, gestor cultural, visitante assíduo de museus]

Foram poucos os comentários recolhidos sobre a acessibilidade do MNSR para pessoas de mobilidade reduzida (deficientes, idosos e crianças de colo).

éclairage des peintures un peu plus fort dans certaines salles pour favoriser la vision des personnes mal voyantes  
[#16276, jun-2015, homem, 72 anos, francês, reformado, visitante ocasional de museus]

(..) Fraca sinalética e informação para portadores de deficiência (..) [#2439, jan-2015, homem, 33 anos, português, professor ensino superior, visitante assíduo de museus]

## 4.14. SINALÉTICA

Um outro grupo de comentários prende-se com a sinalética interna do Museu. Vários inquiridos apontam lacunas neste domínio.

Não há (ou não vi), indicações dentro do museu, mais exatamente entre as salas da exposição permanente. Falta informação. Isto é um detalhe. O museu é lindo, as obras fantásticas e o pessoal muito simpático e acolhedor. Gostei e recomendo!  
[#12357, abr-2015, mulher, 56 anos, portuguesa, gestora financeira, visitante frequente de museus]

Os locais de saída e entrada nas salas não estão explícitos.  
[#31703, out-2015, mulher, 54 anos, portuguesa, reformada-técnica de turismo, visitante frequente de museus]

Algumas opiniões apontam dificuldades na identificação das salas de exposição, chegando mesmo a sugerir a atribuição de nomes específicos de artistas, ligando-os às salas onde as suas obras estão expostas.

(..) Sugestão: Identificação dos salões de exposição, como por exemplo, "Silva Porto", "José Malhoa", "Soares dos Reis", "Teixeira Lopes", etc.  
[#12903, abr-2015, homem, 62 anos, português, engenheiro, visitante assíduo de museus]

Relacionada com a sinalética está a indicação/marcação do percurso expositivo. De um modo quase generalizado, a sinalética do MNSR é entendida como confusa e pouco clara.

Talvez melhorar um pouco a orientação dentro do museu, torna-se um pouco confuso pelo facto de ter muitas salas, e não haver propriamente um trajeto pré-definido.  
[#24778, ago-2015, homem, 27 anos, português, técnico de contabilidade, visitante ocasional de museus]

(..) Na minha opinião, falta alguma sinalização da forma “correta” de visitar a exposição, assim como, informação do que se vai encontrar ao entrar em cada sala, uma vez que a visita foi livre, sem orientação.

[#10126, mar-2015, mulher, 32 anos, portuguesa, diretora técnica museu, visitante assíduo de museus]

Falta una guía básica. Quizás una señalización con flechas o similar del mejor recorrido en cada planta.

[#30785, out-2015, homem, 56 anos, espanhol, médico, visitante ocasional de museus]

[Museu] Muy bonito, pero no está claro el itinerario que hay que seguir y la vía de salida

[#11934, abr-2015, mulher, 52 anos, espanhola, advogada, visitante assíduo de museus]

Alguns chegam a sugerir a entrega, à entrada do MNSR, de uma planta do museu.

Indiquer un sens de la visite ou donner un plan a l'entrée du musée. A part cela, le musée était très agréable et le personnel très gentil.

[#22830, ago-2015, mulher, 44 anos, francesa, professora, visitante frequente de museus]

Outros apontam a importância dos esclarecimentos por parte dos funcionários do MNSR sobre o percurso de visita.

(..) À chegada, os colaboradores na recepção amavelmente sugeriram-me qual o caminho que deveria seguir no Museu (por ordem cronológica) e por onde deveria ir. Creio que seria importante haver essa sinalética como “Início da exposição” ou semelhante. Mas gostei muito do que vi e as pessoas foram muito simpáticas. Obrigada.

[#5114, fev-2015, mulher, 28 anos, portuguesa, assistente de programação cultural, visitante ocasional de museus]

Informar as pessoas acerca do percurso que devem tomar para melhor visualização da exposição em questão.

[#7673, mar-2015, homem, 18 anos, português, estudante, visitante frequente de museus]

## 4.15. TRADUÇÃO

Um outro tema decorrente das opiniões e sugestões prende-se com a tradução dos materiais de apoio à visita. Aqui manifestam, antes de mais, a necessidade do MNSR disponibilizar materiais em outros idiomas que não apenas o português.



DGPC/MNSR

Would be useful to have description of the various artists and background in English. More information about the actual building and the artist. Make the museum more accessible for international visitors.

[#27511, set-2015, homem, 35 anos, inglês, paramédico, visitante ocasional de museus]

merci de bien vouloir donner des informations dans les différentes salles au moins en anglais, sinon en français et allemand. bravo pour la disposition des salles et la magnifique collection de portraits.

[#8957, mar-2015, mulher, 67 anos, francesa, professora, visitante assíduo de museus]

More information for non-portuguese speakers, just general information of the room

[#8174, mar-2015, mulher, 24 anos, norte-americana, professora, visitante assíduo de museus]

Os comentários dos públicos sobre a tradução para inglês dos materiais de apoio à visita, referem a sua inexistência (ou pelo menos com sua não existência de forma sistemática) para todas as exposições e em todos os suportes.

Some of the general information (before you enter the gallery) about the époque is only in portuguese. It would be nice if there was texts/translation in english.

[#8711, mar-2015, mulher, 25 anos, alemã, estudante, visitante ocasional de museus]

I would love to have more english panels for the pictures and so on.... without that everything was fine.

[#5876, fev-2015, mulher, 33 anos, alemã, empregada de escritório, visitante frequente de museus]

J'ai regretté l'absence complète de commentaires en anglais (...)

[#19713, jul-2015, mulher, 54 anos, francesa, professora, visitante assíduo de museus]

Alguns comentários referem a necessidade de compreensão do contexto histórico e cultural das obras expostas.

une traduction des panneaux explicatif des exposition au moins en anglais serait appréciable

[#10470, mar-2015, mulher, 24 anos, francesa, rececionista de hotel, visitante assíduo de museus]

Lovely 19th Century paintings. However, I was disappointed there was no explanation of their cultural or historical significance in English. The sculptures were also very beautiful. I did not like the temporary exhibition and I wasn't interested in the porcelain and ceramics.

[#24985, ago-2015, homem, 56 anos, inglês, consultor de negócios, visitante frequente de museus]

il serait intéressant d'indiquer des informations en anglais au minimum sur les peintres car les informations sont seulement en portugais et c'est très dommage. J'aurais voulu avoir des explications sur l'histoire de ces peintres pour mieux les situer dans le temps et dans la chronologie (connaître les liens entre les peintres comme par exemple si certains sont les maitres et d'autres les élevés). Même chose pour les arts décoratifs, pas d'infos n'ont plus.

[#19137, jul-2015, mulher, 36 anos, belga, jurista, visitante ocasional de museus]

An English language leaflet explaining the important pieces and some supporting information about the artists themselves would add to the experience.

[#31078, out-2015, homem, 54 anos, australiano, professor, visitante assíduo de museus]

Parte dos públicos franceses confidenciam a necessidade de terem que fazer um esforço acrescido para compreender a partir da língua inglesa, mas o vocabulário técnico dificulta em muito a sua compreensão.

Je souhaiterai dans les salles hors peintures et sculptures la mise a disposition de brochures en français car le sens des mots techniques en anglais nous échappe trop souvent.

[#12828, abr-2015, homem, 66 anos, francês, oficial de polícia, -]

Il serait agréable d'avoir un concis en anglais ou français pour les légendes des tableaux: Plus de très belles œuvres !!!! Vive la culture Portugaise!!!

[#13889, mai-2015, homem, 32 anos, francês, maquilhador, visitante assíduo de museus]

Quanto ao idioma espanhol detetaram-se duas posições diferenciadas: uma em que se apela para a necessidade de tradução de conteúdos para aquele idioma; e outra em que se argumenta tal tarefa não se afigura necessária dadas as proximidades culturais, sendo possível a compreensão a partir do português.

En nuestra opinión debería haber guías sobre las obras en español.

[#7614, mar-2015, mulher, 27 anos, espanhola, jornalista, visitante ocasional de museus]

Nos ha parecido muy bien, incluso la falta de información es español no nos parece imprescindible, porque afortunadamente somos lenguas hermanas y nos comunicamos bien, sobre todo cuando uno da con personal tan agradable como el de este museo. Nos vamos encantados.

[#11787, abr-2015, homem, 65 anos, espanhol, professor, visitante assíduo de museus]

## 4.16. TEXTOS DE APOIO

Várias sugestões referem-se especificamente aos textos de apoio à visita disponibilizados pelo Museu. Vários comentários referem que devem ser mais informativos e/ou explicativos, fornecendo mais dados de contextualização.

Sinto falta de mais textos explicativos a respeito de obras, movimentos artísticos e a relação entre o contexto histórico e a recepção crítica que situam as obras.

[#3459, jan-2015, homem, 26 anos, brasileiro, professor, visitante assíduo de museus]

Nous aurions attendu des textes sinon en français, au moins en anglais. Et, personnellement un positionnement des œuvres dans l'histoire du Portugal m'aurait été agréable.

[#16245, jun-2015, homem, 72 anos, francês, engenheiro, visitante assíduo de museus]

Un peu plus d'information sur les peintres et le contexte des œuvres seraient utiles, surtout quand on ne connaît pas bien l'histoire et la culture de l'endroit.

[#23059, ago-2015, homem, 55 anos, canadiano, produtor de documentários, visitante frequente de museus]

Une présentation de chaque artiste, de sa vie, de ses influences, serait intéressante.

[#28518, set-2015, mulher, 28 anos, francesa, responsável municipal, visitante assíduo de museus]

A necessidade de explicação mais contextualizada é sentida nas salas de exposição.

It would be helpful if each gallery could have some contextual information at its entrance to provide background, history and context to the exhibits (...)

[#13428, mai-2015, homem, 50 anos, inglês, diretor financeiro, visitante frequente de museus]

Sería interesante tener más información en las salas sobre los artistas y los personajes retratados o el estilo de vida burguesa. Muchas obras expuestas se pueden relacionar con estilos artísticos internacionales. También en las salas de arte decorativo se echa en falta algo de información adicional. Creo que la colección, que és impresionante, lo merece.

[#22105, ago-2015, homem, 44 anos, holandês, professor, visitante frequente de museus]

Alguns comentários referem-se especificamente ao tipo de linguagem usada nos textos de apoio. Argumentam que a linguagem usada deve ser clara e acessível a todos os públicos mantendo, ainda assim, o necessário rigor técnico e científico.

Informação em PT e EN, textos mais breves, mais explicações curtas junto a pinturas/esculturas

[#4476, jan-2015, homem, 33 anos, português, investigador, visitante assíduo de museus]

You really must give more information about all things that can we see in museum. When we don't have knowledge of history of Portugal, we don't understand that we see

[#19120, jul-2015, homem, 32 anos, francês, funcionário público, visitante ocasional de museus]

Nous aurions aimé avoir davantage d'explications, par exemple en anglais, plus de pédagogie sur les œuvres exposées

[#24568, ago-2015, mulher, 42 anos, francesa, psicóloga, visitante assíduo de museus]

Um conjunto mais vasto de comentários refere-se à necessidade de serem fornecidos ao visitante mais textos de apoio, como por exemplo em folhetos ou guiões...

me hubiera gustado más información, flyer o cualquier tipo de documento q me ayudara a comprender mejor el contenido del museo

[#13561, mai-2015, mulher, 65 anos, espanhola, publicista, visitante assíduo de museus]

Existe pouca informação escrita no museu; Não existe um pequeno guião / roteiro sobre a visita para consulta (...)

[#21247, jul-2015, mulher, 51 anos, portuguesa, professora ensino secundário, visitante assíduo de museus]

(...) folheto com indicação das obras mais importantes do museu

[#15356, mai-2015, mulher, 20 anos, portuguesa, estudante, visitante ocasional de museus]

... em roteiros gratuitos do museu...

a free brochure about the museum in English would be great. publication of the books about the museum in English. (...)

[#21465, jul-2015, mulher, 20 anos, suíça, estudante de música, visitante frequente de museus]

donner petit livret gratuit

[#19820, jul-2015, homem, 78 anos, francês, helenista, visitante ocasional de museus]

Give more information in other languages, provide a brochure of the museum and explanation of the collections

[#34708, nov-2015, mulher, 27 anos, italiana, estudante, visitante ocasional de museus]

Dar um pequeno folheto da história e conteúdo do museu.

[#24224, ago-2015, homem, 58 anos, português, funcionário público, visitante frequente de museus]



Contador das Cenas Familiares,  
Autor Desconhecido, DGPC/MNSR.

... ou mesmo em catálogos de exposições.

[...]. -Seria importante reeditar alguns catálogos acerca do museu (já nem falo em editar novos). Não sendo possível editar em papel, seria pertinente publicar os mesmos em formato digital, como já se faz noutros países [...].

[#14269, mai-2015, homem, 32 anos, português, médico, visitante assíduo de museus]

Algumas sugestões vão no sentido de ser disponibilizado um mapa/planta do Museu com os conteúdos expositivos.

Museu muy agradable y el personal muy atento. Se agradecería un plano sobre el contenido de las diferentes salas.

[#8419, mar-2015, homem, 53 anos, espanhol, professor universitário, visitante assíduo de museus]

a map would be useful

[#27430, set-2015, homem, 35 anos, belga, investigador, visitante ocasional de museus]

(...) manque un plan détaille (...)

[#13883, mai-2015, mulher, 50 anos, francesa, funcionária, visitante assíduo de museus]

Outras referem-se à necessidade de as legendas serem mais detalhadas e atualizadas face às peças expostas.

(..) Plus d'informations sur les œuvres exposées et leurs auteurs

[#1851, dez-2014, homem, 34 anos, francês, médico, visitante assíduo de museus]

Il faudrait plus des indications sur l'Histoire des personnages des portraits exposés.

[#6078, fev-2015, homem, 26 anos, francês, auxiliar de mestre de obras, visitante ocasional de museus]

Translation of texts into English and other languages needed (printed pages would be fine). Also, some information about the historical context for each item would really add to the experience. For example, why the item is important, what was happening at the time in Portugal and around the world, who made it, etc.

[#15250, mai-2015, homem, 26 anos, inglês, cientista, visitante assíduo de museus]

Seria de grande interesse, que, na descrição das pinturas (em particular) e quando possível, se acrescentasse informação adicional sobre a sua composição, quer dizer, um pouco de história.

[#15995, mai-2015, homem, 25 anos, português, estudante, visitante ocasional de museus]

Em alguns casos, referem-se conteúdos específicos que os públicos gostariam que constassem nas legendas.

Nas legendas dos quadros nunca colocam o ano da obra, sendo algo que normalmente gosto de saber.  
[#24722, ago-2015, mulher, 37 anos, portuguesa, técnica superior de investigação, visitante assíduo de museus]

More explanations about the shown art and the people depicted, especially in portraits, would be very helpful - also in English  
[#26498, set-2015, homem, 35 anos, alemão, jornalista, visitante assíduo de museus]

Museu muito bom. Falta apenas uma referência histórica aos nomes retratados pelos artistas.  
[#27192, set-2015, mulher, 49 anos, portuguesa, advogada, visitante assíduo de museus]

Outros comentários debruçam-se especificamente sobre a forma, tamanho, localização, estado de conservação e correção das legendas.

description plus lisibles et mieux situées.  
[#2918, jan-2015, homem, 35 anos, francês, funcionário técnico, visitante ocasional de museus]

Algumas legendas (artes decorativas) não só se encontram muito afastadas das peças em si como estão amontoadas. Isso dificulta a sua identificação imediata e torna constrangedor ter que esperar que as outras pessoas se desviem para se poder fazer a leitura.  
[#13613, mai-2015, homem, 27 anos, português, freelancer, visitante assíduo de museus]

Noms des peintres en GRAS et non le titre (...)  
[#35166, nov-2015, mulher, 51 anos, francesa, farmacêutica, visitante assíduo de museus]

Melhorar a iluminação dos quadros; identificámos legendas trocadas (peças religiosas em prata; vitrines 1 e 2).  
[#19136, jul-2015, homem, 53 anos, português, engenheiro civil, visitante assíduo de museus]

## 4.17. ILUMINAÇÃO

A iluminação do espaço expositivo e das obras merecem várias referências sobre a deficiente visibilidade provocada pelos reflexos da luz natural das janelas.

algumas pinturas estão paralelas às janelas o que dificulta a visibilidade da obra, uma vez que reflecte a luz.  
[#30608, out-2015, homem, 26 anos, português, arquiteto, visitante ocasional de museus]

Iluminação direta sobre algumas obras impedia uma clara observação da mesma devido ao reflexo da luz.

[#13849, mai-2015, homem, 18 anos, português, estudante, visitante frequente de museus]

please do not place paintings across the room from a window. it creates a glare on the surface of the painting and it is not easy to see.

[#27724, set-2015, homem, 46 anos, norte americano, artista pintor, -]

Refere-se também o tipo e a qualidade da iluminação de cada uma das obras expostas.

Rever a iluminação das salas com pinturas; melhor focalização de cada quadro

[#4435, jan-2015, mulher, 44 anos, portuguesa, consultora engenharia industrial, visitante frequente de museus]

Em geral o museu está muito bem organizado e estruturado, mas há pontos que não ajudaram à apreciação das obras. A localização dos focos de luz não possibilita ver a maioria das pinturas de perto, reflete nas telas e no caso das obras tapadas com vidro a iluminação também devia ser colocada de outra forma.

[#16596, jun-2015, homem, 18 anos, português, estudante, visitante ocasional de museus]

A única coisa que sugeriria seria alterar a iluminação que incide sobre os quadros a óleo de maiores dimensões, pois os reflexos não permitem ver bem as obras, apenas nesses casos. De resto, adorei a visita ao museu, muito bom.

[#13618, mai-2015, mulher, 24 anos, portuguesa, designer, visitante assíduo de museus]

Gostei muito de visitar o museu. Sugiro que em algumas zonas melhorem a iluminação, pois alguns quadros estão em zonas com muita sombra o que dificulta a sua visualização.

[#30307, out-2015, mulher, 22 anos, portuguesa, estudante, visitante assíduo de museus]

O olhar atento dos públicos leva também a observações sobre a deficiente manutenção do material de iluminação.

Veillez remplacer les 2 ampoules défailantes (aujourd'hui 16 aout), c'est un manque de respect pour l'artiste dont l'œuvre est mal éclairée, et pour le visiteur.

[#24291, ago-2015, homem, 64 anos, francês, investigador, visitante assíduo de museus]

[...] nesta visita (8/5/2015), achei profundamente lamentável que a iluminação na sala de Henrique Pousão estivesse muito prejudicada por existirem lâmpadas fundidas. pensei inclusivamente em pedir o livro de reclamações e exigir o preço do bilhete de volta, pois parece-me que um museu que não mantém condições mínimas de visita não pode cobrar entrada. [...]

[#14269, mai-2015, homem, 32 anos, português, médico, visitante assíduo de museus]

## 4.18. OUTROS

Recolheram-se ainda sugestões que abarcam um leque alargado de assuntos, como por exemplo a promoção de eventos culturais diversificados e realizados fora do horário habitual do Museu.

(...) Propunha a criação de uma agenda mensal de eventos diversos (música, cinema, dança, visitas guiadas variadas), que dessem mais utilidade a todo o espaço assim como atraíssem mais pessoas a um museu que embora de arte com séculos pode ser mais dinâmico como outros museus mais modernos da cidade

[#33018, out-2015, homem, 21 anos, português, estudante, visitante assíduo de museus]

Le musée pourrait gagner en attractivité avec des nocturnes ou des after work, je ne sais pas si ça existe déjà.

[#18424, jun-2015, mulher, 25 anos, francesa, gestora cultural, visitante assíduo de museus]

Desenvolver actividades culturais/musicais nos espaços exteriores, promovendo a sua divulgação e acesso facilitado

[#542, dez-2014, mulher, 33 anos, portuguesa, terapeuta da fala, visitante frequente de museus]

Penso que a iniciativa "30 Minutos sobre uma obra", agora iniciada no Museu Nacional Soares dos Reis deveria ser estendida a outros museus portugueses - forma ideal de promover o conhecimento patrimonial e museológico num país com poucas práticas de participação a esses níveis.

[#34699, nov-2015, mulher, 47 anos, portuguesa, administrativa, visitante assíduo de museus]

Outras opiniões sugerem a promoção de mais atividades dirigidas aos públicos infantis.

Flexibilizar os horários das visitas, dinamizar mais atividades para crianças e jovens no Museu e continuar a receber os visitantes como até aqui: de forma excelente e muito profissional

[#18634, jun-2015, mulher, 45 anos, portuguesa, coordenadora de edição, visitante assíduo de museus]

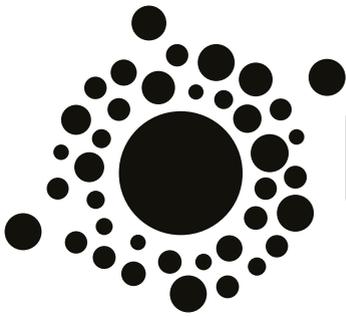
Devem diversificar mais as atividades, falta a motivação para jovens virem fruir o espaço deste magnífico espaço arquitetónico.

[#19165, jul-2015, mulher, 55 anos, portuguesa, professora, visitante assíduo de museus]



A tigela partida, Henrique Posado, DCP/MSR

# CONCLUSÃO



ESTUDO  
**PÚBLICOS**  
DE **MUSEUS** NACIONAIS

# CONCLUSÃO

A realização do Estudo de Públicos de Museus Nacionais (EPMN) permitiu, de forma inédita, traçar as características dos públicos, das suas relações multifacetadas com cada museu participante e com os museus de um modo geral, num conjunto alargado de dimensões analíticas, numa perspetiva comparativa com o conjunto dos outros museus nacionais participantes. Procurou-se articular o conhecimento sobre os públicos com as características do próprio Museu Nacional de Soares dos Reis (MNSR), da sua história, contexto em que está situado, dos acervos, da sua localização, do acesso, dos serviços e das atividades realizadas, enfatizando, neste último ponto, a função comunicação e as atividades expositivas - um dos fulcros do mundo dos museus e deste estudo de públicos - mas destacando também as que são realizadas no âmbito do serviço educativo e as de extensão cultural. Teve-se ainda presente a evolução dos afluxos de visitantes com segmentação por nacionalidade.

Do ponto de vista da estratégia analítica abordaram-se primeiro os resultados quantitativos (em 10 dimensões) e depois os qualitativos (em 18 temáticas). Em qualquer caso foi concedida uma atenção particular à segmentação por nacionalidade, uma perspetiva que se justifica plenamente pelo significado crescente que os estrangeiros vêm ganhando nos museus observados e também na constituição dos públicos do MNSR, maioritários no período de aplicação do estudo, com 40 nacionalidades identificadas, com claro destaque para a francesa pela parte expressiva que representa entre os públicos. Procurou-se ainda dar uma visão comparativa dos resultados assinalando, nos parâmetros em que o MNSR mais se diferencia dos globais, em que medida isso se verifica. Faz-se seguidamente uma síntese não exaustiva dos principais aspetos suscetíveis de caracterizar a relação dos públicos com este Museu.

Assim, num (esperado) universo seletivo do ponto de vista das qualificações escolares e profissionais (que se acentua entre os estrangeiros), o perfil social predominante dos públicos do MNSR realça essas características, em que estão também patentes de modo algo acentuado os grupos de idade mais jovens. Uma das características distintivas dos públicos do MNSR face aos públicos do conjunto dos museus nacionais observados é uma menor presença de públicos com crianças ou jovens com idades até aos 12 anos a

seu cargo. Uma outra característica que importa destacar é a da localização dos públicos nacionais na região do Museu, a região Norte (que são a larga maioria), portanto com uma importante componente de públicos com residência próxima geograficamente, mas evidenciando também atração de públicos residentes em concelhos mais distantes, em particular na Área Metropolitana de Lisboa.

Numa outra dimensão de análise, a relação dos públicos com o MNSR, confirma-se a forte dominância do tipo de frequentadores estreadantes, em particular entre os estrangeiros - regularidade aliás comum ao conjunto dos museus - sendo que se verifica igualmente que entre os portugueses não estreadantes uma parte muito significativa visita regularmente o Museu. Quanto às modalidades de visita, se em casal é a mais comum tanto no EPMN como no MNSR, neste acentua-se o peso da visita isolada, sem qualquer acompanhante.

Na vertente da duração predominam as visitas demoradas, ou seja, a maioria dos públicos passa uma a duas horas no Museu, e parte não despreciada chega a estar mais de duas horas. É um dos museus observados em que isso mais se verifica, e são os públicos nacionais que mais tempo despendem na visita.



Em relação aos motivos invocados para a realização da visita predomina, de novo à semelhança da generalidade dos museus participantes, o interesse genérico pelo Museu, seguido pelo interesse mais específico com os conteúdos expositivos (permanente e temporário). O interesse por novas exposições temporárias é, destacadamente, o principal motivo invocado quando se trata do eventual regresso ao Museu, bem como iniciativas especiais como Museus à Noite ou Dia Internacional dos Museus/Noite dos Museus.

Uma outra dimensão analisada refere-se à informação prévia à visita e, quando tal ocorreu, aos meios de informação a que recorreram. Assim, dois terços dos públicos consultaram previamente à visita algum meio de informação, um resultado que fica substancialmente acima da média do EPMN. Entre os meios de informação consultados evidenciam-se com grande clareza o roteiro turístico (acentuadamente mais utilizado pelos estrangeiros) e a Internet (meio francamente privilegiado pelos nacionais), mas verifica-se igualmente que a consulta inclui frequentemente o recurso de dois a três meios.

Passando às avaliações do Museu e das exposições constata-se que os resultados são globalmente positivos na maioria dos fatores considerados. No caso do MNSR importa destacar os níveis de satisfação sobre o acolhimento dos funcionários e o Museu em geral, por um lado, bem como a arquitetura e a exposição permanente, por outro, que são quase unânimes entre os inquiridos. No entanto, se se tiver em conta a distribuição mensal do nível de satisfação geral evidenciam-se níveis de agrado algo mitigados: de facto, ao longo dos 12 meses do estudo os valores do MNSR são (com três exceções) quase sempre inferiores ou, quanto muito, estão em linha com a média do EPMN. Este nível de avaliação mensal encontra, aliás, algum eco quando se tem em conta o indicador de recomendação da visita, também moderadamente elevado.

Contudo, mais importante do que atestar as perceções de sentido positivo, do ponto de vista da gestão do Museu importará, porventura, atentar nos fatores avaliados de forma menos favorável, designadamente o estacionamento próximo, os textos de apoio e os textos nas salas, para só mencionar algumas. Ainda nesta perspetiva, será talvez de atentar ainda às causas que poderão explicar os períodos de avaliações menos positivas que foram observados ao longo dos 12 meses do estudo.

Com os resultados das questões relacionadas com os posicionamentos dos públicos nacionais sobre a diferenciação e isenção do custo de entrada, reunidas no grupo que trata da gratuitidade, constata-se que os do MNSR estão entre os que, no conjunto dos museus, mais se informam sobre descontos e períodos de entrada gratuita geral e universal (em concreto, no período do trabalho de campo do estudo, o primeiro domingo do mês). Em

comparação com os outros museus participantes entre os seus públicos estão dos contingentes mais elevados tanto no que se refere à escolha deste período para realizar a visita como dos que procuram evitar este dia, preferindo outros períodos.

No que se refere à dimensão que reúne as motivações de visita a museus - e não especificamente ao MNSR - todas as opções consideradas no inquérito recolhem níveis elevados de concordância. Entre elas destaca-se o gosto pela arte, imediatamente seguido pela possibilidade de aprendizagem e (a visita) como fonte inspiração e prazer. Em comparação com os resultados globais, os do MNSR destacam o gosto pela arte, apesar de, no conjunto das motivações estarem por norma sensivelmente abaixo. O mesmo se passa com as práticas relacionadas com museus, mas nesta dimensão de análise há uma atividade em que os públicos do MNSR se destacam, mais concretamente, a que diz respeito à frequência de lojas de museus.

A terminar esta síntese da análise aos resultados das questões de pesquisa quantitativas importa ainda dar conta dos perfis de práticas culturais. Trata-se de uma dimensão em que os estudos comparativos internacionais, ao nível da população, evidenciam os baixos níveis dos portugueses. Embora tendo bem presente que o universo aqui em causa é distinto - o dos públicos efetivos do MNSR - e que, portanto, as diferenças tendem a esbater-se, não é menos certo que, no conjunto dos públicos estudados, não só essa diferença se esbate como os níveis de práticas dos portugueses são, em várias delas, superiores aos dos públicos estrangeiros.

A análise detalhada na vertente quantitativa foi também adotada na qualitativa a partir do *corpus* documental constituído pelas opiniões e sugestões manifestadas pelos públicos e decorrentes da sua experiência de visita. Esta é outra componente forte do estudo. A análise das respostas obtidas, em grande número e incidindo sobre um leque alargado de temáticas, confirma desde logo que estas são (à imagem das avaliações quantitativas) globalmente de sentido positivo. Claro, também as há de sentido negativo, e quantitativamente com algum significado. Mas muitas delas não se limitam a fazer apreciações gerais, positivas e/ou negativas, antes manifestam preocupações e fazem sugestões que mostram um grande envolvimento com o Museu. E isto é, talvez, o mais importante a reter.

Assim, dos comentários dos públicos podem ser retiradas ideias e propostas concretas em múltiplos planos e cuja equação pode implicar, numas, sobretudo a gestão do Museu, noutras a tutela dos museus nacionais e, noutras ainda, a articulação do Museu com outras instituições públicas e privadas da cidade.



Senhora vestida de preto, Henrique Pousão, DGPC/MNSR.



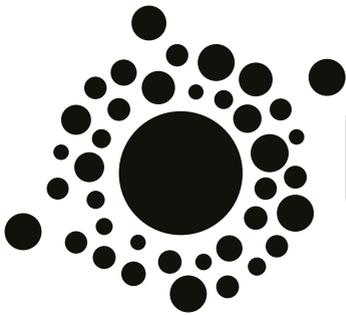
Um dos planos é evidenciado pelos públicos estrangeiros e prende-se com a escassez de textos de apoio (nas salas, em brochura ou mesmo para aquisição em loja) noutras línguas que não o português. Esta situação parece ser mais notória junto dos públicos franceses que, como se disse, estão entre as nacionalidades que mais visitam o Museu.

Outra dificuldade sentida pelos públicos (não locais) prende-se com a sinalização do MNSR no espaço público. Aponta-se desde logo a falta de visibilidade da entrada do edifício do Museu, a ausência de sinalização pedonal e a falta de indicações para se chegar ao Museu a partir do centro histórico da cidade do Porto.

Quanto à experiência de visita, refere-se a necessidade de obras de manutenção/conservação do edifício (em particular a resolução de problemas de humidade e de infiltrações) e a existência de salas fechadas ao público, o que se enquadra num tom relativamente comum de chamada de atenção para a imagem do Museu como algo parado no tempo, a necessitar de intervenções várias de requalificação.

A terminar importa reforçar a importância de dar continuidade à investigação iniciada com este primeiro estudo sobre o conjunto dos museus nacionais tutelados pela DGPC, e em particular do MNSR, designadamente tomando

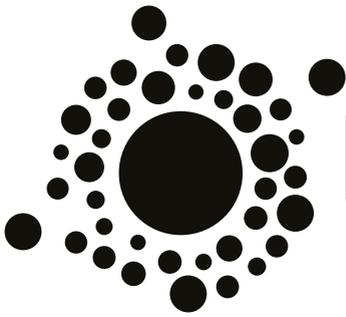
os seus resultados como novas questões de pesquisa. A eficiência dos estudos enquanto instrumentos de produção de conhecimento e, logo, o seu contributo para as estratégias de desenvolvimento de públicos, dependem largamente dessa continuidade, bem como da proximidade temporal entre a produção e a divulgação. O que não significa que seja sempre seguida a mesma estratégia metodológica ou adotado um período de observação ou um foco analítico tão alargado como o do EPMN. De modo a dar conta das características dos diversos públicos importa aprofundar o conhecimento que sobre eles agora se adquiriu com recurso a outras metodologias, designadamente de avaliação, mas também qualitativas, delimitar segmentos de públicos cujo estudo se mostre mais relevante aprofundar (e. g. famílias, categorias sociais desfavorecidas, emigrantes, jovens, idosos) e, em todo o caso, dar resposta às questões colocadas pela relação do Museu com os públicos a que se dirige e que o frequentam.



ESTUDO  
**PÚBLICOS**  
DE **MUSEUS** NACIONAIS

# GLOSSÁRIO

AML	Área Metropolitana de Lisboa
CIES-IUL	Centro de Investigação e Estudos de Sociologia do Instituto Universitário de Lisboa
CMAG	Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves
CPP	Classificação Portuguesa das Profissões
DGPC	Direção-Geral do Património Cultural
DMCC	Departamento de Museus, Credenciação e Conservação
EPMN	Estudo de Públicos de Museus Nacionais
INE	Instituto Nacional de Estatística
ISCO	International Standard for the Classification of Occupations
MAP	Museu de Arte Popular
MMC - MN	Museu Monográfico de Conimbriga - Museu Nacional
MNA	Museu Nacional de Arqueologia
MNAA	Museu Nacional de Arte Antiga
MNAC - MC	Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado
MNAZ	Museu Nacional do Azulejo
MNE	Museu Nacional de Etnologia
MNGV	Museu Nacional Grão Vasco
MNM	Museu Nacional da Música
MNMC	Museu Nacional de Machado de Castro
MNSR	Museu Nacional de Soares dos Reis
MNT	Museu Nacional do Traje
MNTD	Museu Nacional do Teatro e da Dança
MUPI	Mobiliário Urbano Para Informação
NUTS II	Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos de nível II
TIC	Tecnologias de Informação e Comunicação



ESTUDO  
**PÚBLICOS**  
DE **MUSEUS** NACIONAIS

# BIBLIOGRAFIA

AAVV (2011), *Conociendo a Nuestros Visitantes. Estudio de público en museos del Ministerio de Cultura*, Madrid, MC/SGT.

Almeida, João Ferreira, António Firmino da Costa e Fernando Luís Machado (1988), "Famílias, estudantes e universidade: painéis de observação sociográfica", *Sociologia Problemas e Práticas*, Lisboa, 4, pp.11-44.

Amsellem, Rebecca (2015), "Qui est le public du Musée des Arts et Métiers?", *Cahiers d'histoire du CNAM*, 3(2015/1, nouvelle série), pp. 143-161.

Bollo, Alessandro, Luca Dal Pozzolo, Elena Di Federico e Christopher Gordon (2012), *Measuring Cultural Participation*, Montreal, UIS.

Bounia, Alexandra, Alexandra Nikiforidou, Niki Nikonanou e Albert Dicran Matossian (2012), *Voices from the Museum: Survey research in Europe's National museums*, Linköping, Linköping University Electronic Press, 209 pp.

Bourdieu, Pierre e Alain Darbel (1969[1966]), *L'Amour de L'Art: Les Musées D'Art Européens et Leur Public*, Paris, Les Éditions de Minuit.

Bryman, Alan (2012[2001]), *Social Research Methods 4th edition*, Oxford, Oxford University Press.

Carneiro, Paula Dias (org.) (2001), *Museu Nacional de Soares dos Reis: Roteiro da Coleção*, Lisboa, Instituto Português de Museus.

Castro, Laura (2011), *Museu Nacional de Soares dos Reis*, Vila do Conde, QuidNovi.

Costa, António Firmino da (1999), *Sociedade de Bairro: Dinâmicas Sociais da Identidade Cultural*, Oeiras, Celta.

Costa, António Firmino da (2004), "Dos públicos da cultura aos modos de relação com a cultura: algumas questões teóricas e metodológicas para uma agenda de investigação" em AAVV, *Públicos da Cultura*, Lisboa, OAC, pp. 121-140.

Costa, António Firmino da e Rosário Mauritti (2018) "Classes sociais e interseções de desigualdades: Portugal e a Europa" em Renato Miguel do Carmo, João Sebastião, Joana Azevedo, Susana da Cruz Martins e António Firmino da Costa (organizadores) *Desigualdades Sociais. Portugal e a Europa*, pp 109-130, Lisboa, Editora Mundos Sociais.

DGPC (2015), *Relatório de Atividades 2014*, Lisboa, DGPC.

DGPC (2016), *Relatório de Atividades 2015*, Lisboa, DGPC.

DGPC e CIES-IUL (2016), *Resultados globais do Estudo de Públicos de Museus Nacionais*, Lisboa, DGPC.

Donnat, Olivier (1994), "Qui fréquente les musées ?", *La Lettre de L'OCIM. Musée, Patrimoine et Culture Scientifiques et Techniques*, 35(4), pp. 16-23.

Eidelman, Jacqueline e Benoît Céroux (2009), "La gratuité dans les musées et monuments en France: quelques indicateurs de mobilisation des visiteurs", *Culture Études*, 2009-2, 24 pp.

Eurobarómetro (2013), *Cultural Access and Participation. Special Eurobarometer 399*, Bruxelas, Comissão Europeia, 111 pp.

Eurobarómetro (2017), *Cultural Heritage. Special Eurobarometer 466*, Bruxelas, Comissão Europeia, 125 pp.

Falk, John H. (2013), "Understanding museums visitors' motivations and learning" em AAVV, *Museums Social Learning and Knowledge Producing Processes*, Copenhaga, Danish Agency For Culture, pp. 106-127.

Garcia, José Luís, João Teixeira Lopes, Teresa Duarte Martinho, José Soares Neves, Rui Telmo Gomes e Vera Borges (2016), "Mapping the cultural policy in Portugal. From incentive to crisis", *International Journal of Cultural Policy*, pp. 1-17.

Gomes, Ana Catarina Costa (2015), *Métodos de Divulgação e Captação de Públicos em Museus*. Estudo de caso do Museu Nacional de Soares dos Reis, Relatório de estágio do Mestrado em Ciências da Comunicação, Porto, FLUP, 76 pp.

INE (2011), *Classificação Portuguesa das Profissões 2010*, Lisboa, INE.

Jensen, Jacob Thorek e Ilda Brændholt Lundgaard (2013), *User Survey 2012*, Copenhaga, Danish Agency For Culture.

Kirchberg, Volker (2007), "Thinking about "Scenes": A New View of Visitors' Influence on Museums", *Curator*, 50(2), pp. 239-254.

Lahire, Bernard (2008), "Indivíduo e misturas de géneros: dissonâncias culturais e distinção de si", *Sociologia, Problemas e Práticas*, 56, pp. 11-36.

Leavy, Patricia (2017), *Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches*, Nova Iorque e Londres, The Guilford Press.

Lehalle, Evelyne e Lucien Mironer (1993), *Musées et Visiteurs: Un Observatoire Permanent des Publics*, Paris, MECC/DMF/DPAEDC.

López, Virginia Garde (2010), "El Laboratorio Permanente de Público e Museos: un proyecto de investigación, una herramienta de gestión" em Semedo, Alice e Elisa Noronha Nascimento (coords.), *Actas do I Seminário de Investigação em Museologia dos Países de Língua Portuguesa e Espanhola (Vol. I)*, Porto, FLUP, pp. 61-67.

Lord, Gail Dexter e Kate Markert (2007), *The Manual of Strategic Planning for Museums*, Lanham, Altamira Press.

Mironer, Lucien (1999), "Cent musées à la rencontre du public: les chemins de la rencontre", *Publics et Musées*, 15, pp. 133-166.

Mironer, Lucien, Pascal Aumasson e Claude Fourteau (2001), *Cent Musées à la Rencontre du Public*, Cabestany, France Edition.

Monteiro, Joana Sousa e Cláudia Figueiredo (2004), *Roteiro de Museus*, Lisboa, Instituto Português de Museus/Rede Portuguesa de Museus.

Mota, Garcia Luísa Maia (2012), *A acústica de museus tradicionais: estudo de caso, o Museu Nacional Soares dos Reis (Porto)*, mestrado em Engenharia Civil - especialização em Construções. Faculdade de Engenharia, Porto, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto.

Mourão, Teresa, Nuno Fradique Gonçalves, Ricardo Rosado, Teresa Moura Pereira, José Soares Neves e Jorge Santos (2016), *Relatório Interno de Balanço Estudo de Públicos de Museus Nacionais*, Lisboa, DGPC.

Neves, José Soares (coord.), Caterina Foà, Jorge Santos, Maria João Lima, Teresa Moura Pereira e Margarida Schiappa (2018), *Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Públicos do Museu Nacional do Azulejo*, Lisboa, DGPC.

Neves, José Soares (coord.), Jorge Santos, Maria João Lima, Teresa Moura Pereira e Caterina Foà (2018a), *Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Públicos do Museu Nacional de Machado de Castro*, Lisboa, DGPC.

Neves, José Soares (coord.), Jorge Santos, Maria João Lima e Teresa Moura Pereira (2018b), *Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Públicos do Museu Nacional de Arqueologia*, Lisboa, DGPC.

Neves, José Soares e Teresa Mourão (2016), "O estudo de públicos nos museus nacionais", *Revista Património*, 4, pp. 140-144.

OIM/Ibermuseum (2015), *Estudos de Públicos de Museus na Ibero-América*, Madrid, Ibermuseum e MECD/SGT, 412 pp.

Pinto, Mafalda Sofia Guedes da Silva (2013), *Marketing Tribal em Museus: O Caso do Museu Nacional de Soares dos Reis*, Dissertação de mestrado em Marketing, Porto, Faculdade de Economia da Universidade do Porto.

Reichheld, Frederick F. (2003), "The One Number You Need to Grow", *Harvard Business Review*, pp. 1-10.

Saldaña, Johnny (2013[2009]), *The Coding Manual for Qualitative Researchers*, Los Angeles, SAGE.

Santos, Helena e Varejão, José (coords.) (2015), *Dinâmicas e desafios dos museus públicos: resultados do estudo realizado no Museu Nacional Soares dos Reis*, Porto, Faculdade de Economia da UP e Museu Nacional de Soares dos Reis, 254 pp.

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

Solima, Ludovico (2012), *Il Museo in Ascolto. Nuove Strategie di Comunicazione per i Musei Statali*, Roma, Rubbettino.

Vaus, David de (2014), *Surveys in Social Research*, Abingdon, Routledge.

Weil, Stephen E. (2007[2003]), "Beyond big and awesome: outcome based evaluation" em Sandell, Richard e Robert R. Janes (eds.), *Museum Management and Marketing*, Londres e Nova Iorque, Routledge, pp. 214-223.

Wells, Marcella, Barbara Butler e Judith Koke (2013), *Interpretive Planning for Museums: Integrating Visitor Perspectives in Decision Making*, Walnut Creek, Left Coast Press.

## LEGISLAÇÃO

Despacho n.º 6474/2014, de 19 de maio (fixa os valores de ingresso nos serviços dependentes da Direção-Geral do Património Cultural).

Lei n.º 47/2004, de 19 de agosto (Lei-Quadro dos Museus Portugueses).

## WEBGRAFIA

<http://www.patrimoniocultural.gov.pt/>

<http://www.museusoaresdosreis.gov.pt/>

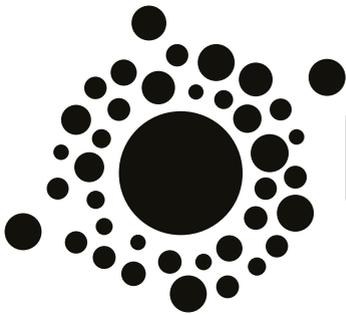
<http://patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/dgpc/estatisticas-dgpc/>



Pulseira. Autor Desconhecido, DgPC/MNSR

# ANEXO

Questionário  
Estudo de Públicos de Museus Nacionais 159



ESTUDO  
**PÚBLICOS**  
DE **MUSEUS** NACIONAIS

# ANEXO

## QUESTIONÁRIO

### ESTUDO DE PÚBLICOS DE MUSEUS NACIONAIS

#### APRESENTAÇÃO

1 [03]

Agradecemos a sua colaboração para responder ao presente questionário. As suas respostas são confidenciais e destinam-se exclusivamente a tratamento estatístico.

Por favor responda a todas as questões. O preenchimento é muito fácil e apenas lhe tomará alguns minutos.

Na maioria das questões basta selecionar a opção que mais se adequa. Noutras poderá selecionar várias respostas. No final do questionário poderá deixar as sugestões que entender fazer. Todas serão muito bem-vindas!

Em caso de dificuldade no preenchimento por favor recorra à pessoa que está a acompanhar o estudo.

Muito agradecemos a sua colaboração.

2 [01] **Selecione o Museu em que está a ser inquirido: \***

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves
- MNAC - Museu do Chiado
- Museu Grão Vasco
- Museu Monográfico de Conimbriga
- Museu da Música
- Museu Nacional de Arqueologia
- Museu Nacional de Arte Antiga
- Museu Nacional do Azulejo
- Museu Nacional dos Coches
- Museu Nacional de Etnologia
- Museu Nacional de Machado de Castro
- Museu Nacional de Soares dos Reis
- Museu Nacional do Teatro
- Museu Nacional do Traje

## 1. CONHECIMENTO DO MUSEU

### 3 [P1.1] Foi a primeira vez que visitou este Museu? \*

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Sim
- Não
- Não sabe/Não responde

### 4 [P1.11] Quantas vezes visitou este Museu anteriormente?

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Apenas 1 vez
- 2 vezes
- 3 ou mais vezes
- Não sabe/ Não se lembra

### 5 [P1.12] Quando visitou o Museu pela última vez?

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Último mês
- Há menos de 6 meses
- Entre 6 meses e 1 ano
- Entre 1 e 2 anos
- Há mais de 2 anos
- Quando era criança
- Não sabe/Não se lembra

## 2. SOBRE A VISITA REALIZADA

### 6 [P2.1] Visitou hoje este Museu só ou acompanhado(a)? \*

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Só
- Acompanhado

**7 [P2.11] Visitou acompanhado(a) por quem?**

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, selecione **todas** as que se aplicam:

- Cônjuge/companheiro(a)/namorado(a) Filho(s)
- Outro(s) membro(s) da família
- Amigo(s)
- Outra(s) pessoa(s)
- Visita organizada

**8 [P2.12] A visita integrou crianças até aos 12 anos?**

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Sim
- Não

**9 [P2.2] Decidiu a sua visita depois de consultar ou obter alguma informação? \***

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Sim
- Não
- Não sabe/Não responde

**10 [P2.2.1] Como obteve informação para a visita de hoje?**

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, selecione **todas** as que se aplicam:

- Internet
- Sítio Web do Museu
- Facebook
- Twitter
- Newsletter do Museu
- Imprensa (jornal/ revista)
- Televisão
- Rádio
- Agenda Cultural do Município
- Cartazes/ outdoors/ panfletos
- Roteiro turístico
- Guia-intérprete/ turístico
- Agência de viagens
- Posto de turismo
- Familiares
- Amigos/ conhecidos
- Através de outro museu
- Ir a passar na rua
- Outro:

**11 [P2.3] Como obteve o seu ingresso para a visita a este Museu? \***

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Bilhete normal
- Bilhete com desconto
- Convite
- Entrou num período de acesso gratuito ou está isento de pagamento
- Não sabe/Não responde

**12 [P2.4] Quais os motivos que o(a) levaram a visitar este Museu?**

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	Muito importante	Importante	Pouco importante	Nada importante	Não sabe/Não se aplica
Interesse pelo Museu	<input type="radio"/>				
Acompanhar familiares/ amigos/ outras pessoas	<input type="radio"/>				
Conhecer ou rever a exposição temporária	<input type="radio"/>				
Conhecer ou rever a exposição permanente	<input type="radio"/>				
Fazer a visita guiada organizada pelo museu	<input type="radio"/>				
Assistir a atividades culturais (palestras, colóquios...)	<input type="radio"/>				
Assistir a espetáculos (concerto, teatro, dança...)	<input type="radio"/>				
Participar em atividades específicas para crianças, seniores ou outros grupos	<input type="radio"/>				
Por razões profissionais/ estudo (guia turístico, aluno...)	<input type="radio"/>				
Visitar o parque/ jardim	<input type="radio"/>				

**13 [P2.5] Aproximadamente, quanto tempo durou a sua visita?**

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Até 30 minutos
- 30 minutos a 1 hora
- 1 a 2 horas
- 2 a 3 horas
- Mais de 3 horas

### 3. AVALIAÇÕES DO MUSEU

**14 [P3.11] Por favor indique o seu grau de satisfação quanto a atividades, instalações e serviços, Informação, acolhimento e satisfação geral.**

Atividades:

Por favor, selecione uma resposta apropriada para cada item:

	Muito satisfeito	Satisfeito	Pouco satisfeito	Nada satisfeito	Não sabe/Não se aplica
Exposição permanente	<input type="radio"/>				
Exposição temporária	<input type="radio"/>				
Visitas guiadas, conferências, concertos, vídeos	<input type="radio"/>				
Atividades educativas (ateliês, jogos...)	<input type="radio"/>				

**15 [P3.12] Instalações e Serviços:**

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

	Muito satisfeito	Satisfeito	Pouco satisfeito	Nada satisfeito	Não sabe/Não se aplica
Arquitetura do edifício do Museu	<input type="radio"/>				
Estado de conservação das instalações do Museu	<input type="radio"/>				
Área de recepção	<input type="radio"/>				
Iluminação	<input type="radio"/>				
Temperatura ambiente	<input type="radio"/>				
Acessibilidades (rampas, audioguias, maquetas...)	<input type="radio"/>				
Conforto da área de descanso (cadeiras, iluminação, climatização...)	<input type="radio"/>				
Biblioteca/ Centro de documentação	<input type="radio"/>				
Cafeteria/ Restaurante	<input type="radio"/>				
Loja	<input type="radio"/>				
Parque/ Jardim	<input type="radio"/>				
Casas de banho	<input type="radio"/>				
Estacionamento próximo	<input type="radio"/>				
Sinalização externa e indicações sobre o Museu	<input type="radio"/>				

**16 [P3.13] Informação:**

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	Muito satisfeito	Satisfeito	Pouco satisfeito	Nada satisfeito	Não sabe/Não se aplica
Divulgação da programação do Museu	<input type="radio"/>				
Textos de apoio (desdobrável, roteiro...)	<input type="radio"/>				
Textos nas salas (legendas nas peças e outras informações)	<input type="radio"/>				
Informação sobre visitas guiadas	<input type="radio"/>				
Sinalização interna do percurso (entrada, percurso da exposição, saída...)	<input type="radio"/>				
Painéis com informação geral	<input type="radio"/>				
Sítio web do museu (conteúdos, layout...)	<input type="radio"/>				
Museu nas redes sociais	<input type="radio"/>				

**17 [P3.14] Acolhimento e satisfação geral: \***

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	Muito satisfeito	Satisfeito	Pouco satisfeito	Nada satisfeito	Não sabe/Não se aplica
Acolhimento dos funcionários do Museu	<input type="radio"/>				
Grau de satisfação geral com a visita ao Museu	<input type="radio"/>				

**18 [P3.2] Face às expectativas iniciais, na sua opinião os conteúdos expositivos do Museu situam-se.. \***

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Muito acima do esperado
- Acima do esperado
- Correspondeu ao esperado
- Abaixo do esperado
- Muito abaixo do esperado
- Não sabe/Não responde

**19 [P3.3] Recomendaria a visita a este Museu a um amigo ou colega?**

**(considere na sua resposta uma escala de 0 a 10, em que 0 significa certamente que Não e 10 certamente que Sim). \***

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

- |     |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |     |
|-----|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----|
|     | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     | 8                     | 9                     | 10                    |     |
| Não | <input type="radio"/> | Sim |

**20 [P3.4] Tenciona voltar a visitar este Museu nos próximos 12 meses? \***

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Sim
- Não

**21 [P3.4.1] O que o(a) fará regressar a este Museu nos próximos 12 meses?**

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, seleccione **todas** as que se aplicam:

- Novas exposições
- Atividades para crianças
- Conferências, colóquios, cursos
- Concertos de música
- Outros espetáculos (teatro, dança/performance, cinema)
- Museus à Noite
- Dia Internacional dos Museus/ Noite dos Museus
- Rever ou completar a visita de hoje
- Outro:

**22 [P4.1] O que o(a) traz aos museus?**

**(considere na sua resposta uma escala de 1 a 7, em que 1 significa menos importante e 7 mais importante)**

Por favor, selecione uma resposta apropriada para cada item:

	1	2	3	4	5	6	7	Não sabe/Não responde
Gosto pela arte (ver peças, objetos e obras de arte)	<input type="radio"/>							
Aprendizagem (história, arte, ciência e técnica..)	<input type="radio"/>							
Por favorecer um sentimento de identidade	<input type="radio"/>							
Fonte de informação sobre assuntos do passado e do presente	<input type="radio"/>							
Compreender a diversidade cultural	<input type="radio"/>							
Lembrar tempos passados	<input type="radio"/>							
Para um melhor auto-conhecimento	<input type="radio"/>							
Fonte de inspiração e prazer	<input type="radio"/>							
Presença de uma importante exposição	<input type="radio"/>							

#### 4. RELAÇÕES COM OS MUSEUS

**23 [P42] Quanto às atividades relacionadas com museus abaixo indicadas com que frequência costuma realizar cada uma delas?**

Por favor, selecione uma resposta apropriada para cada item:

	Muito frequentemente	Com alguma frequência	Raramente	Nunca	Não sabe/Não responde
Visitar exposições	<input type="radio"/>				
Consultar e/ou ler catálogos de exposições	<input type="radio"/>				
Acompanhar crianças, participar em ateliês ou outras atividades educativas	<input type="radio"/>				
Participar em espetáculos, ou outras animações culturais em museu	<input type="radio"/>				
Utilizar jardins, parques ou restaurantes de museus	<input type="radio"/>				
Frequentar lojas de museus	<input type="radio"/>				
Visitar sites de museus na internet	<input type="radio"/>				
Fazer visitas virtuais de exposições na Internet	<input type="radio"/>				
Participar em redes sociais sobre museus na Internet	<input type="radio"/>				
Assistir na televisão ou ouvir na rádio programas sobre Museus	<input type="radio"/>				
Ler notícias e críticas sobre museus	<input type="radio"/>				

**24 [P43] O que o(a) levaria a visitar mais museus?**

Por favor, selecione **todas** as que se aplicam:

- Acesso gratuito
- Melhores acessos (localização, transporte..)
- Mais divulgação sobre a programação
- Programação mais variada
- Horário mais alargado
- Outro:

## 5. ENTRADAS ISENTAS OU COM DESCONTOS DE PAGAMENTO

**25 [P5.1] Quando visita um museu com entrada paga procura Intelrar-se sobre se é abrangido por algum desconto?**

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Sim
- Não
- Não responde

**26 [P5.2] No primeiro domingo de cada mês a entrada nos museus nacionais da DGPC é gratuita. Tinha conhecimento? \***

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Sim
- Não

**27 [P5.2.1] Como se situa relativamente ao período de gratuidade?**

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, seleccione **todas** as que se aplicam:

- Planeia as suas visitas para este período
- Planeia as suas visitas para este período apenas quando visita em família
- Planeia as suas visitas para este período apenas quando visita com amigos
- Evita visitar museus neste período
- Prefere visitar museus noutros períodos
- Não planeia para estes períodos, visita quando quer
- Não planeia para estes períodos, está abrangido por outras isenções ou descontos

## 6. NOTORIEDADE E CONHECIMENTO DOS MONUMENTOS, PALÁCIOS E MUSEUS DA DGPC

**28 [P6.11]** Para cada um dos monumentos, palácios e museus abaixo mencionados refira se não conhece, conhece mas não visitou ou conhece e visitou pelo menos uma vez?

### Monumentos

Por favor, selecione uma resposta apropriada para cada item:

	Não conhece	Conhece mas não visitou	Conhece e visitou pelo menos uma vez
Mosteiro da Batalha	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Convento de Cristo (Tomar)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mosteiro de Alcobaça	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mosteiro dos Jerónimos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Torre de Belém	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Panteão Nacional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 29 [P6.12]

### Palácios

Por favor, selecione uma resposta apropriada para cada item:

	Não conhece	Conhece mas não visitou	Conhece e visitou pelo menos uma vez
Palácio Nacional de Mafra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palácio Nacional da Ajuda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**30 [P6.13]**

**Museus**

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	Não conhece	Conhece mas não visitou	Conhece e visitou pelo menos uma vez
Museu Nacional de Soares dos Reis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museu Grão Vasco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museu Monográfico de Conimbriga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museu Nacional de Machado de Castro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museu Nacional dos Coches	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museu Nacional de Arte Antiga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museu Nacional do Azulejo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museu Nacional de Arqueologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museu Nacional do Traje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museu Nacional do Teatro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
MNAC - Museu do Chiado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museu da Música	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museu Nacional de Etnologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museu de Arte Popular	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**7. PRÁTICAS CULTURAIS**

**31 [P7.1] Quantas vezes realizou cada uma das seguintes atividades nos últimos 12 meses?**

Por favor, seleccione uma resposta apropriada para cada item:

	Não nos últimos 12 meses	1-2 vezes	3-5 vezes	Mais de 6 vezes	Não sabe/Não responde
Ler livros (sem ser por motivos escolares ou profissionais)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ler livros (por motivos escolares ou profissionais)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ir ao cinema	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ir a espetáculos de música	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ir ao teatro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ir a espetáculos de ballet, dança ou ópera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visitar bibliotecas públicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visitar monumentos históricos (palácios, castelos, igrejas, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visitar museus ou galerias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**32 [P7.1.1] Indique o nome, país e localidade de até 3 museus que tenha visitado, para além daquele que visitou hoje:**

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

	Nome do museu	País	Localidade
Opção 1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Opção 2	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Opção 3	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

## 8. SOCIODEMOGRÁFICAS

Para nos ajudar a conhecer os nossos visitantes por favor diga-nos:

**33 [P8.1] Sexo \***

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Feminino
- Masculino
- Não responde

**34 [P8.2] Idade \***

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

**35 [P8.3] Nacionalidade \***

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Portuguesa
- Outra
- Não responde

**36 [P8.3.1] Qual a nacionalidade? \***

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

**37 [P8.4] Local de residência habitual \***

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Em Portugal
- Outro país
- Não sabe/Não responde

**38 [P8.4.1] Qual o país de residência habitual? \***

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

**39 [P8.4.2] Indique por favor qual o distrito da residência habitual: \***

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Aveiro
- Beja
- Braga
- Bragança
- Castelo Branco
- Coimbra
- Évora
- Faro
- Guarda
- Leiria
- Lisboa
- Portalegre
- Porto
- Santarém
- Setúbal
- Viana do Castelo
- Vila Real
- Viseu
- Região Autónoma dos Açores
- Região Autónoma da Madeira

**40 [P8.4.3] Indique por favor qual o concelho da residência habitual: \***

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

**60 [P8.5] Qual o grau de escolaridade mais elevado que completou? \***

Por favor, selecione **apenas uma** das seguintes opções:

- Sem grau de escolaridade
- 1º ciclo (antiga 4ª classe) ou 2º ciclo do ensino básico (antigo preparatório)
- 3º ciclo do ensino básico (antigo 9º ano)
- 12º ano (secundário / antigo 7º ano do Liceu)
- Curso profissional
- Licenciatura (bacharelato)
- Mestrado
- Doutoramento
- Não responde

**61 [P8.6] Profissão**

**(por favor descreva a sua profissão evitando expressões como "função pública" ou "militar". Se for reformado, aposentado ou desempregado, indique por favor a última profissão exercida.)\***

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

**62 [P8.7] Indique a sua situação na Profissão ou a sua Condição perante o trabalho \***

Por favor, selecione **todas** as que se aplicam:

- Trabalhador por conta própria com pessoal ao serviço
- Trabalhador por conta própria sem pessoal ao serviço
- Trabalhador por conta de outrem
- Desempregado
- Estudante
- Reformado, aposentado ou na reserva
- Ocupa-se das tarefas do lar/ Doméstico
- Não responde

**63 [P8.8] Indique por favor o número de pessoas do seu agregado familiar:**

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Até 2 pessoas
- 3-4 pessoas
- 5 ou mais pessoas
- Não responde

**64 [P8.9] O seu agregado familiar inclui crianças até aos 12 anos? \***

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Sim
- Não
- Não responde

**65 [P8.9.1] Pode indicar quantas?**

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

**66 [P8.9.2] E com que idade(s)?**

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, seleccione **todas** as que se aplicam:

- Até aos 3 anos
- 4-6 anos
- 7-10 anos
- 11-12 anos

## 9. SUGESTÕES E OPINIÕES

**67 [P9.1] A terminar agradecemos que deixe as sugestões que entender sobre o Museu que acaba de visitar.**

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

## 10. RESPOSTA AO QUESTIONÁRIO NUMA VISITA ANTERIOR

**68 [P10.1] Já tinha respondido este Inquérito numa outra visita?**

Por favor, seleccione **apenas uma** das seguintes opções:

- Sim
- Não
- Não responde

## 11. DISPONIBILIDADE E CONTACTOS

Além do questionário a que acabou de responder, este estudo inclui a realização de entrevistas a alguns visitantes numa fase posterior. Nesse sentido, gostaríamos de poder contar consigo para um eventual contacto. Em caso afirmativo preencha, por favor, o seu nome e forma de contacto direto (telefone ou mail). Mais uma vez se lembra que os dados são confidenciais. Obrigado.

**69 [P11.1] Nome:**

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

**70 [P11.2] Contacto (mail ou telefone): \***

**Responda a esta pergunta apenas se as seguintes condições são verdadeiras:**

Por favor, escreva aqui a sua resposta:

**O questionário terminou.**

**Para concluir prima o botão "Submeter".**

**Mais uma vez muito obrigado pela sua disponibilidade e tempo despendido.**



**Direção-Geral do Património Cultural (DGPC)**  
Palácio Nacional da Ajuda  
1349-021 Lisboa  
[www.patrimoniocultural.pt](http://www.patrimoniocultural.pt)

 **MUSEU NACIONAL DE  
SOARES DOS REIS**

**Museu Nacional de Soares dos Reis**  
Rua D. Manuel II  
4050-342 Porto  
[divulgacao@mnsr.dgpc.pt](mailto:divulgacao@mnsr.dgpc.pt)

PARCEIRO:

MECENAS: