



Públicos
do **Museu**
Nacional de Arte
Contemporânea
Museu do Chiado



ESTUDO
PÚBLICOS
DE **MUSEUS** NACIONAIS

PARCEIRO:

CIES IUL
CENTRO DE INVESTIGAÇÃO E INOVAÇÃO EM SOCIOLOGIA E POLÍTICAS PÚBLICAS

ISCTE IUL
Instituto Universitário de Lisboa

MECENAS:

FUNDAÇÃO
MILLENNIUM
BCP

oni 

Título

Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea-Museu do Chiado.

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

José Soares Neves (coordenação científica), Caterina Foà, Jorge Santos, Maria João Lima e Inês 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. (MNAC-MC/DGPC)

David Santos/Samuel Rego (dir.), Maria de Aires Silveira, Sofia Khan, Liliana Dias e restante equipa do MNAC-MC.

Conceção gráfica e paginação
MODE - Moreira Design

Imagem da capa

A Sesta, José de Almada Negreiros, DGPC/MNAC-MC.

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/pt/museus-e-monumentos/dgpc/estudos-de-publicos/>

ISBN: 978-972-776-552-2



REPÚBLICA
PORTUGUESA

CULTURA

PATRIMÓNIO
CULTURAL

Direção-Geral do Património Cultural

MNAC

DIREÇÃO-GERAL DO PATRIMÓNIO CULTURAL

Palácio Nacional da Ajuda

1349-021 Lisboa

dgpc@dgpc.pt

Data: outubro 2019

MUSEU NACIONAL DE ARTE

CONTEMPORÂNEA

MUSEU DO CHIADO

Rua Serpa Pinto, 4 | Rua Capelo, 13

1200-444 Lisboa

museuchiado@mnac.dgpc.pt

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 a Fundação Millennium bcp - Fernando Nogueira, então Presidente do Conselho de Administração, e Fátima Dias.

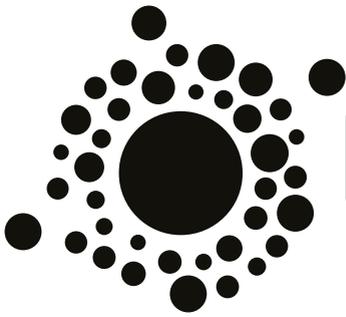
Agradece muito em particular aos públicos que aceitaram participar no inquérito - pela forma generosa com que se disponibilizaram a preencher o questionário, abdicando de um pouco do seu tempo no final da visita aos museus - e à equipa do Museu Nacional de Arte Contemporânea-Museu do Chiado que os acolheu e acompanhou - os diretores David Santos e Samuel Rego, os técnicos, os funcionários e os voluntários. Sem eles o estudo não seria possível.



Públicos
do Museu
Nacional de Arte
Contemporânea
Museu do Chiado

Índice

ÍNDICE DE QUADROS, GRÁFICOS E FIGURAS	5
INTRODUÇÃO	9
01 O ESTUDO	15
02 O MUSEU NACIONAL DE ARTE CONTEMPORÂNEA MUSEU DO CHIADO	27
03 OS PÚBLICOS	39
04 AS OPINIÕES E SUGESTÕES	95
CONCLUSÃO	139
GLOSSÁRIO	145
BIBLIOGRAFIA	147
ANEXO	153



ESTUDO
PÚBLICOS
DE **MUSEUS** NACIONAIS

ÍNDICE DE QUADROS, GRÁFICOS E FIGURAS

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 - Questionários recolhidos por mês	24
Quadro 2 - Informação geral sobre o MNAC-MC	31
Quadro 3 - Características espaciais do MNAC-MC	31
Quadro 4 - Transportes públicos e acessibilidades ao MNAC-MC	31
Quadro 5 - Serviços do MNAC-MC	32
Quadro 6 - Valências do MNAC-MC	32
Quadro 7 - Atividades do MNAC-MC	33
Quadro 8 - Publicações do MNAC-MC	33
Quadro 9 - Meios de comunicação utilizados pelo MNAC-MC	34
Quadro 10 - Idiomas dos textos do MNAC-MC (para além do português)	34
Quadro 11 - TIC acessíveis ao público do MNAC-MC	35
Quadro 12 - Museus mais referidos pelos públicos do MNAC-MC	90
Quadro 13 - Museus mais referidos pelos públicos nacionais	92
Quadro 14 - Museus mais referidos pelos públicos estrangeiros	92
Quadro 15 - Temáticas da codificação das sugestões	98

ÍNDICE DE GRÁFICOS

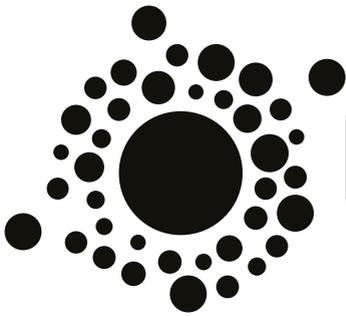
Gráfico 1 - Questionários recolhidos por nacionalidade	24
Gráfico 2 - Questionários recolhidos por dia da semana	24
Gráfico 3 - Questionários recolhidos por idioma	24
Gráfico 4 - Visitantes do MNAC-MC por ano (2010-2016)	37

Gráfico 5 - Sexo	41
Gráfico 6 - Idade	42
Gráfico 7 - Idade por nacionalidade	43
Gráfico 8 - Escolaridade	44
Gráfico 9 - Escolaridade por nacionalidade	44
Gráfico 10 - Condição perante o trabalho	45
Gráfico 11 - Condição perante o trabalho por nacionalidade	46
Gráfico 12 - Grupos profissionais	47
Gráfico 13 - Especialistas das atividades intelectuais e científicas por sub-grupo	48
Gráfico 14 - Tipologia ACM	49
Gráfico 15 - Tipologia ACM por nacionalidade	49
Gráfico 16 - Agregado familiar	50
Gráfico 17 - Agregados familiares por número de crianças e jovens	50
Gráfico 18 - Idade das crianças e jovens dos agregados familiares	51
Gráfico 19 - Públicos estrangeiros por país	52
Gráfico 20 - Nacionalidade e residência	53
Gráfico 21 - Proximidade geográfica	53
Gráfico 22 - Públicos nacionais por região de residência	54
Gráfico 23 - Relação com o MNAC-MC	55
Gráfico 24 - Visita anterior ao MNAC-MC	56
Gráfico 25 - Número de visitas anteriores ao MNAC-MC	56
Gráfico 26 - Modalidade de acompanhamento ao MNAC-MC	57
Gráfico 27 - Duração da visita ao MNAC-MC	58
Gráfico 28 - Duração da visita ao MNAC-MC por nacionalidade	59
Gráfico 29 - Ingresso para a visita ao MNAC-MC	59
Gráfico 30 - Ingresso para a visita ao MNAC-MC por nacionalidade	60
Gráfico 31 - Motivações da visita ao MNAC-MC	61
Gráfico 32 - Meios de informação consultados	62
Gráfico 33 - Meios de informação consultados por local de residência habitual	64
Gráfico 34 - Avaliações do MNAC-MC	66
Gráfico 35 - Avaliação geral e do acolhimento	67

Gráfico 36 - Avaliação das atividades	67
Gráfico 37 - Avaliação das instalações: edifício, apoios internos, serviços e apoios externos	68
Gráfico 38 - Avaliação dos suportes informativos	68
Gráfico 39 - Grau de satisfação geral com a visita por mês	69
Gráfico 40 - Expectativas iniciais quanto aos conteúdos expositivos	70
Gráfico 41 - Recomendação de visita	71
Gráfico 42 - Recomendação de visita por nacionalidade	72
Gráfico 43 - Motivos para regressar ao museu	73
Gráfico 44 - Notoriedade e visita aos monumentos, palácios e museus da DGPC	75
Gráfico 45 - Conhecimento e visita aos monumentos, palácios e museus da DGPC	77
Gráfico 46 - Visita aos monumentos, palácios e museus da DGPC por nacionalidade	78
Gráfico 47 - Procura de informação sobre descontos em museus de entrada paga	81
Gráfico 48 - Conhecimento da entrada gratuita no primeiro domingo de cada mês	82
Gráfico 49 - Posição face ao período de gratuidade	82
Gráfico 50 - Tipologia de relação com a gratuidade	83
Gráfico 51 - Motivações para visitar museus	84
Gráfico 52 - Frequência de atividades relacionadas com museus	85
Gráfico 53 - Atividades relacionadas com museus	86
Gráfico 54 - Motivos para visitar mais museus	87
Gráfico 55 - Práticas culturais	88
Gráfico 56 - Práticas culturais por nacionalidade	89

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Cronograma das atividades realizadas no MNAC-MC no período de aplicação do EPMN	35
Figura 2 - Cronograma das Exposições temporárias realizadas no MNAC-MC no período de aplicação do EPMN	36
Figura 3 - Públicos do MNAC-MC que referem ter visitado outros museus da DGPC	79
Figura 4 - Públicos de outros museus da DGPC que referem ter visitado o MNAC-MC	80



ESTUDO
PÚBLICOS
DE **MUSEUS** NACIONAIS

INTRODUÇÃO

Os resultados que agora se publicam sobre os Públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado (MNAC-MC) 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 mecénico 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) 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).

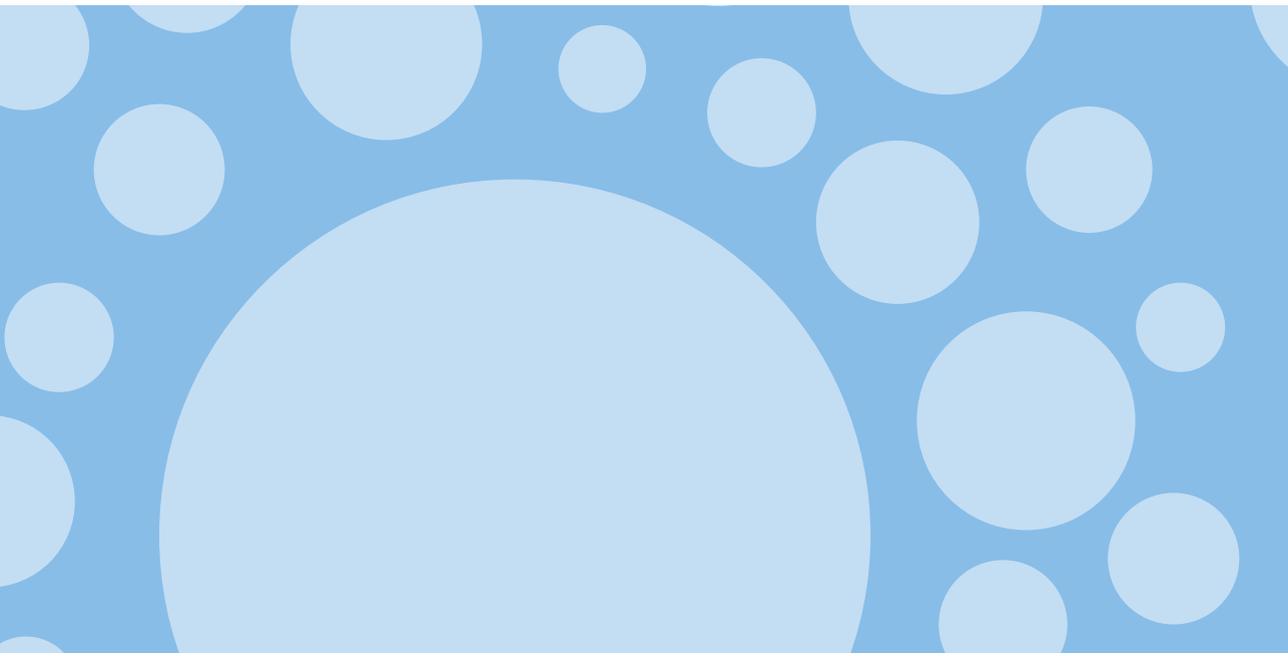
Os objetivos do estudo são a produção de informação atualizada e fidedigna sobre os públicos, para o conjunto e para cada um dos museus da DGPC, num leque alargado de dimensões que inclui os perfis sociais e de práticas culturais, a relação com o museu participante e com os museus em geral, as expectativas, 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 (Neves, 2018).

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.

Quanto ao MNAC-MC registe-se uma dissertação em comunicação, cultura e tecnologias da informação, justamente sobre os seus públicos, realizada em 2009 (Simplício, 2010), que se insere numa tendência que se vem acentuando, a de a função comunicação e a relação com os públicos serem tomadas como objeto de estudo em trabalhos de fim de curso de mestrado e de doutoramento de diversas disciplinas académicas.

A principal componente do EPMN 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. Importará, entretanto, 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 enquanto 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

européia. 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 muitos baixos níveis de práticas de visita a museus ou galerias da população portuguesa no quadro europeu.



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 Portugueses¹ 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) a Espanha (AAVV, 2011) no âmbito do seu Laboratório Permanente de Público de Museus (López, 2010) e a 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 (OIM/Ibermuseum, 2015).

Embora não seja o lugar para fazer o estado da arte quanto aos estudos de públicos em Portugal - uma área de pesquisa com produção escassa, embora em crescimento - e muito menos numa perspetiva mais geral, haverá

¹ Lei n.º 47/2004, de 19 de agosto (Lei-Quadro dos Museus Portugueses).

ainda assim que mencionar algumas das referências mais influentes para o presente estudo. Para além das atrás mencionadas, é de referir o inquérito 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) de Bourdieu e Darbel 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 é quantitativa. Mas o estudo inclui ainda uma outra, qualitativa, que decorre das opiniões 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 toda a ordem que os museus vêm enfrentando.

Do estudo - cujos resultados desenvolvidos sobre o MNAC-MC agora se publicam - resultou um acervo muito significativo de dados, quantitativos e qualitativos, que aliás incluam, 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), tal como os resultados detalhados do Museu Nacional do Azulejo (Neves *et al.*, 2018), do Museu Nacional de Machado de Castro (Neves *et al.*, 2018a), do Museu Nacional de Arqueologia (Neves *et al.*, 2018b), do Museu Nacional de Soares dos Reis

(Neves *et al.*, 2018c), do Museu Nacional de Arte Antiga (Neves *et al.*, 2018d), do Museu Nacional de Etnologia (Neves *et al.*, 2019), do Museu Nacional da Música (Neves *et al.*, 2019a), do Museu Monográfico de Conimbriga - Museu Nacional (Neves *et al.*, 2019b), do Museu Nacional dos Coches (Neves *et al.*, 2019c) e do Museu Nacional Grão Vasco (Neves *et al.*, 2019d)² - e que percorre todas as componentes e dimensões de análise do inquérito no que ao MNAC-MC 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 (apoando 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 Arte Contemporânea - Museu do Chiado) 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 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 2000-2016. 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, sempre que pertinente com recurso à comparação com os resultados globais do EPMN, os quais serão objeto de uma publicação própria.

² Os resultados globais e por museu do Estudo de Públicos de Museus Nacionais estão disponíveis no sítio da DGPC na Internet <http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/dgpc/estudos-de-publicos/>.

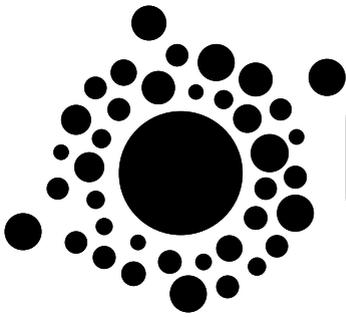
Concerto de Amadores - Columbano, DGPC/MNAC-MC



01

O ESTUDO

1.1. Estratégia metodológica	17
1.2. Componentes do estudo: estatísticas de visitantes, caracterização, atividades e inquérito aos públicos	17
1.3. O inquérito aos públicos método	18
1.4. Preparação e acompanhamento do trabalho de terreno	20
1.5. Divulgação da realização do estudo, informação aos visitantes e aos inquiridos	21
1.6. Dispositivo no museu, preenchimento e trabalho de terreno	21
1.7. Amostra do estudo e do MNAC-MC - do desenho à base quantitativa em análise	22
1.8. Tratamento das respostas	25



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 e Markert, 2007: 67) -, autoadministrado (Mironer, Aumausson e 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 que são 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 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.

O questionário - constituído por 38 questões e 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



Praia de banhos - Marques de Oliveira, DGPC/MNAC-MC

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 de 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 e a privacidade (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 anonimado e confidencialidade das respostas e dada a possibilidade de resposta ou não 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 do estudo.

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

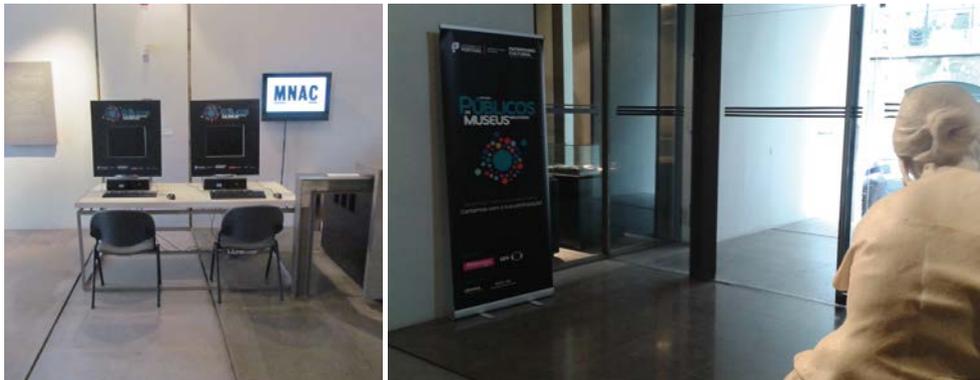
Para a divulgação do estudo foi criada uma linha gráfica que incluiu um logotipo, os materiais de informação e écran de computador. A informação prestada aos visitantes sobre o estudo incluiu a colocação de *roll up* à entrada dos museus, disponibilização de folheto de informação na bilheteira agradecendo 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 mecenias 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 bilheteira/da loja, 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, 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 no MNAC-MC para resposta ao questionário.
Fonte: equipa central do EPMN.

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

Procurou-se incentivar a participação e, sobretudo, simbolizar o apreço pelo tempo gasto na resposta disponibilizando uma pequena lembrança (no MNAC-MC, 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 MNAC-MC

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 significância 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 2015, respetivamente).

No caso específico do MNAC-MC a amostra em análise é de 1.142 questionários válidos. É representativa da base de sondagem que sustentou a sua construção (média de 32.023 visitas entre 2010 e 2012) e do universo inquirido (45.257 no período em que decorreu o trabalho de terreno), com um nível de confiança de 95% e uma margem de erro de 3%, ou seja, com alguma variação face aos valores de referência do estudo (99% e 1%, respetivamente, como antes se disse). Os públicos nacionais representam 47% da amostra e os estrangeiros 53%. O grau de cumprimento dos objetivos é de 57% e a taxa de resposta de 91%. A recorrência da resposta ao questionário situa-se nos 3,9%.

Os dados que permitem descrever a amostra do MNAC-MC de acordo com os parâmetros que estiveram na base da sua construção constam dos gráficos 1 a 3 e do quadro 1. Os públicos do Museu são maioritariamente estrangeiros, em linha com os dados gerais (gráfico 1). Verifica-se uma ligeira predominância de questionários preenchidos em inglês e francês (+3% em ambos os casos) (gráfico 3). A distribuição mensal dos questionários recolhidos no MNAC-MC (quadro 1) é superior em vários meses relativamente à do estudo, com uma diferença máxima de +3% em maio, junho e outubro e de -2% no mês de março, mas também pelo facto de a aplicação ter estado inativa entre junho e julho (mais precisamente entre 30 de junho e 31 de julho) devido à fase de abertura, como já se referiu, da nova ala no edifício da Rua Capelo. Na distribuição por dia da semana os valores são bastante próximos, apresentando os do MNAC-MN uma diferença inferior na quarta-feira (-2%), mas mais elevada na terça-feira (+2%) e com valores semelhantes ao fim-de-semana (gráfico 2).

GRÁFICO 1 - QUESTIONÁRIOS RECOLHIDOS POR NACIONALIDADE

Percentagem



n = MNAC-MC (1.142); EPMN (13.853).
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

QUADRO 1 - QUESTIONÁRIOS RECOLHIDOS POR MÊS

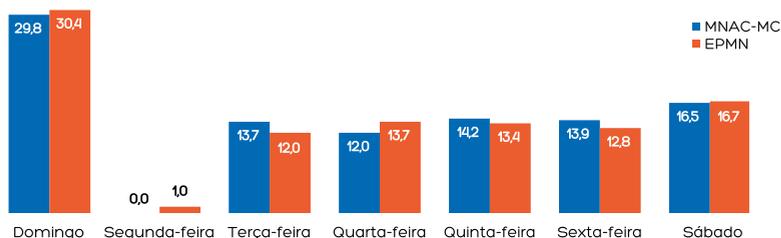
Percentagem

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
MNAC-MC	8,5	7,4	7,3	7,9	7,9	10,9	9,9	-	15,0	7,6	11,9	5,4	0,4	1142
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	13853

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

GRÁFICO 2 - QUESTIONÁRIOS RECOLHIDOS POR DIA DA SEMANA

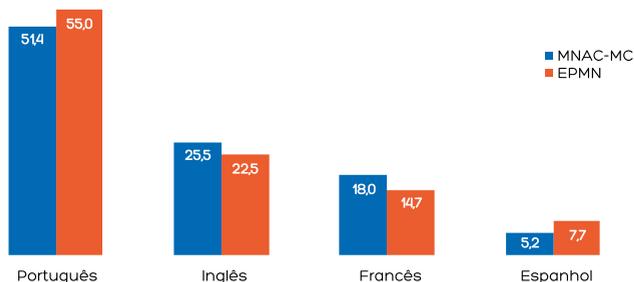
Percentagem



n = MNAC-MC (1.142); EPMN (13.853).
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

GRÁFICO 3 - QUESTIONÁRIOS RECOLHIDOS POR IDIOMA

Percentagem



n = MNAC-MC (1.142); 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 Lime Survey 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 (codificação exaustiva de todas as respostas) com base na grelha de codificação construída e utilizada no EPMN. O *corpus* documental em análise é composto por 613 respostas válidas (51% da amostra), das quais 86% 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 5 fases de Leavy: preparação e organização dos dados; imersão inicial; codificação; categorização e tematização; interpretação (Leavy, 2017: 150-152).

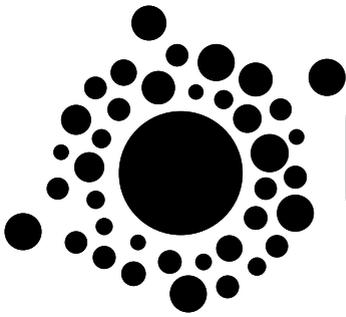


Fachada exterior. DGPC/MNAC-MC

02

O MUSEU NACIONAL DE ARTE CONTEMPORÂNEA MUSEU DO CHIADO

2.1. Apresentação	29
2.2. Caracterização	30
2.3. Atividades expositivas, educativas e de extensão cultural	35
2.4. Visitantes	37



ESTUDO
PÚBLICOS
DE **MUSEUS** NACIONAIS

02

O MUSEU NACIONAL DE ARTE CONTEMPORÂNEA MUSEU DO CHIADO

Neste capítulo faz-se uma caracterização do MNAC-MC 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.



Adão e Eva - Canto da Maya, DGPC/MNAC-MC.

2.1. APRESENTAÇÃO

O Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado (MNAC-MC)³ está situado na zona história de Lisboa, no antigo convento de São Francisco da Cidade.

³ Para saber mais sobre o MNAC-MC consultar, entre outras obras, Monteiro e Figueiredo (2004), para além dos 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).

O Museu foi fundado em 1911, tendo resultado da divisão do antigo Museu Nacional de Arqueologia e Belas-Artes em dois espaços distintos: o Museu Nacional de Arte Antiga (MNA A) e o Museu Nacional de Arte Contemporânea (MNAC), reunindo este último as obras posteriores a 1850. Nos primeiros anos de atividade a entrada no novo Museu era feita pelo edifício vizinho da Academia de Belas-Artes de Lisboa, sublinhando assim a ligação entre as duas instituições. A abertura regular ao público acontece em 1945, passando a ser realizada a partir de uma entrada independente. Na década de 1970, o edifício apresenta sinais de degradação que vão sendo atenuadas por pequenas obras ao longo de 17 anos. Embora não tendo afetado diretamente o Museu, o incêndio do Chiado, em 1988, obrigou à retirada das obras de arte como medida de precaução, servindo então como mote para repensar as condições do espaço. Seguiu-se assim um projeto de renovação, da autoria do arquiteto Jean-Michel Wilmotte, acompanhado por uma equipa dirigida pela historiadora de arte Raquel Henriques da Silva, que reorganizou o espaço e a coleção. O Museu reabriu ao público em 1994, seguindo-se em 2015 a inauguração de uma nova ala no edifício da Rua Capelo, edifício do ex-Governo Civil de Lisboa, com a exposição "Narrativa de uma Coleção - Arte Portuguesa na Coleção da Secretaria de Estado da Cultura (1960-1990)", que deu a conhecer os novos espaços do Museu. O acervo do Museu é composto por obras de arte portuguesas desde 1850 até à atualidade. Após a reabertura, em 1994, e durante alguns anos, o Museu atualizou as coleções, através de aquisições e doações de espólios de artistas, sobretudo relativas à segunda metade do século XX, apostando também em novos suportes como o vídeo, a fotografia e a instalação. A exiguidade do espaço e as necessidades colocadas pela arte contemporânea impedem, porém, a existência de uma exposição de longa duração da coleção. Tal situação é contornada pela criação de exposições de média duração que vão estudando e expondo núcleos específicos das coleções de pintura, escultura, desenho, gravura, fotografia, *media art* e instalação.

2.2. CARACTERIZAÇÃO

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

O MNAC-MC é um museu de Arte, está situado no concelho de Lisboa 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 no feriado municipal (13 de junho).

QUADRO 2 - INFORMAÇÃO GERAL SOBRE O MNAC-MC

Concelho	Lisboa
Tipo	Museu de Arte
Horário normal	De terça-feira a domingo: 10h00-18h00
Períodos de encerramento (durante o estudo)	2014: 24, 25 e 26 dezembro 2015: 1 janeiro, 5 abril, 1 maio, 13 junho, entre 30 junho e 1 agosto
Ano de abertura	1914 2015 (nova ala)
Ano da última requalificação	-

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 expositiva do Museu é de 1,9 mil m² a que crescem 449 m² da nova ala aberta em 2015. A área dos serviços é de 130 m² acrescida de 159 m² da nova ala. A área de exposição distribui-se por quatro salas no edifício Wilmotte e 15 na nova ala do edifício da Rua Capelo.

QUADRO 3 - CARACTERÍSTICAS ESPACIAIS DO MNAC-MC

Área expositiva	1935,0 m ² 449,4 m ² (nova ala na Rua Capelo)
Área dos serviços	130,0 m ² 158,7 m ² (nova ala na Rua Capelo)
Salas exposição edifício Wilmotte	4
Salas exposição edifício Rua Capelo	15 (nova ala)

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 aos transportes que dão acesso ao MNAC-MC, a sua localização no centro de Lisboa beneficia da proximidade à rede de transportes públicos (incluindo metropolitano de Lisboa). Relativamente à acessibilidade nas instalações, o Museu tem facilidades de acesso a visitantes com dificuldade de locomoção e com dificuldades visuais.

QUADRO 4 - TRANSPORTES PÚBLICOS E ACESSIBILIDADES AO MNAC-MC

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

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 que diz respeito aos serviços, o MNAC-MC conta com a quase totalidade das situações propostas na ficha de caracterização (áreas de descanso, fraldário, serviço educativo, grupo de amigos, relações com a comunidade, parcerias e apoio mecenático). Apenas não dispõe de estacionamento próprio para os visitantes e de visita virtual.

QUADRO 5 - SERVIÇOS DO MNAC-MC

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

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).

Tratando-se de valências disponíveis para o público, destaca-se a existência dos espaços de consulta de informação especializada da biblioteca/centro de documentação e do arquivo, da loja/livraria, da cafetaria/bar/restaurante e do espaço exterior. Não obstante, são inexistentes o espaço multimédia audiovisual para auxílio à visita, e o auditório.

QUADRO 6 - VALÊNCIAS DO MNAC-MC

Disponível	Indisponível
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 preenchida pela equipa do museu no âmbito do EPMN. Data de referência: 2015 (ano da recolha dos dados).

Nas atividades direcionadas ao público, verifica-se que todas as consideradas tiveram manifestações durante o período de inquirição e que correspondem a diversas componentes: expositiva (renovação de bens da exposição permanente ou, mais precisamente no MNAC-MC, das exposições de média duração, e novas exposições temporárias), educativa (visitas guiadas destinadas a vários tipos de públicos, os ateliês/oficinas/workshops), e programação paralela (de que são exemplo os colóquios/conferências e os espetáculos (música, dança, vídeo e cinema).

QUADRO 7 - ATIVIDADES DO MNAC-MC

Realizada	Não realizada
Renovação exposição permanente (exposições de média duração)	
Exposições temporárias	
Visitas orientadas	
Ateliês/Oficinas/Workshops	
Colóquios/Conferências	
Espetáculos	

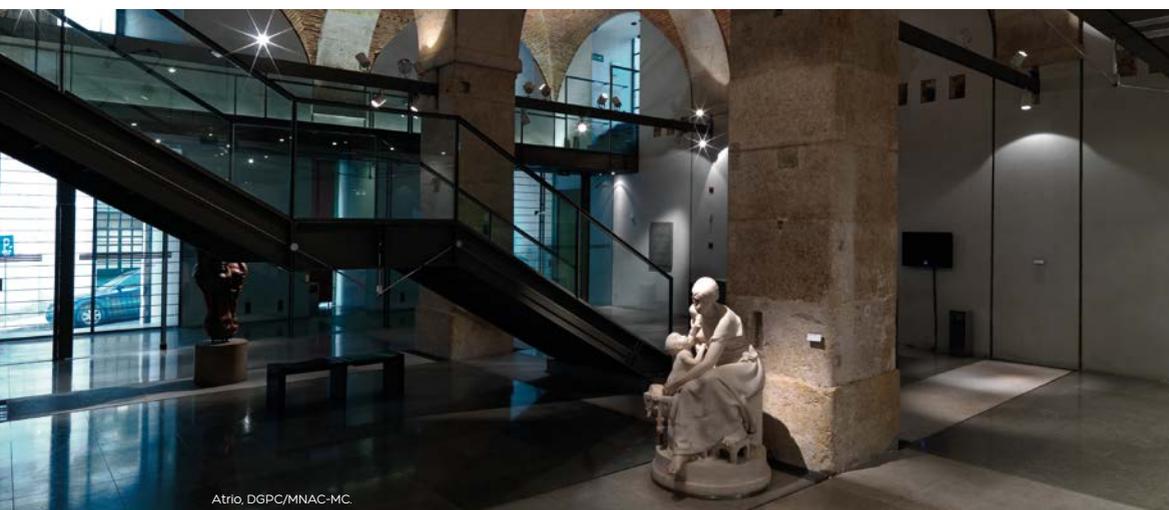
Fonte: equipa CIES-IUL a partir de Ficha de caracterização preenchida pela equipa do museu no âmbito do EPMN. Data de referência: 2015 (ano da recolha dos dados).

No que diz respeito às publicações, o MNAC-MC disponibiliza informações sobre as exposições através de folheto desdobrável, catálogo/brochura e monografia sobre o Museu. Por outro lado, não estão disponíveis o roteiro/guia de visita, publicações periódicas, audiovisuais, audioguia e guia braille.

QUADRO 8 - PUBLICAÇÕES DO MNAC-MC

Disponível	Indisponível
Folheto desdobrável	Roteiro/Guia de visita
Catálogo/Brochura	Publicação periódica
Monografia	Audiovisuais
	Audioguia
	Guia braille

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).



Para difundir informações sobre as suas atividades, o MNAC-MC faz uso da quase totalidade dos meios considerados, como sejam os suportes físicos impressos (agenda cultural e imprensa), os meios digitais institucionais (sítio web, Facebook e *newsletter*), ou através de outros suportes como outdoors/MUPI e pendões na fachada do edifício do Museu. Não utiliza a rede social Twitter, nem a rádio.

QUADRO 9 - MEIOS DE COMUNICAÇÃO UTILIZADOS PELO MNAC-MC

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

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).

Em relação aos idiomas contemplados nos textos, para além, naturalmente, do português, o MNAC-MC disponibiliza textos traduzidos para língua inglesa nos quatro canais propostos - conteúdos das salas, sinalética, legendas e folheto.

QUADRO 10 - IDIOMAS DOS TEXTOS DO MNAC-MC (PARA ALÉM DO PORTUGUÊS)

Folheto	Inglês
Sinalética	Inglês
Salas	Inglês
Legenda das peças	Inglês

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).

Relativamente à utilização das tecnologias de informação e comunicação (TIC), o MNAC-MC não disponibiliza aos seus visitantes o acesso wireless gratuito em parte da área expositiva nem postos/ecrãs interativos. Em 2015, na altura em que estes dados foram recolhidos, não existiam nas salas conteúdos acessíveis através das tecnologias de sistema códigos QR (*Quick Response Code*) ou mesmo de realidade aumentada. Também o *multimedia guide* ainda não tinha sido implementado.

QUADRO 11 - TIC ACESSÍVEIS AO PÚBLICO DO MNAC-MC

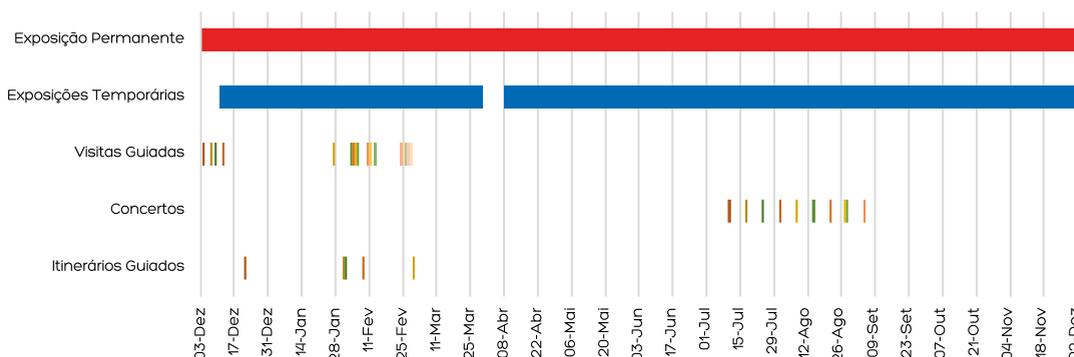
Disponível	Indisponível
	Wi-Fi
	Sistema códigos QR
	Sistema realidade aumentada
	Postos/Ecrãs interativos
	Multimedia guide

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 (como atrás referido são mais precisamente exposições de média duração de núcleos da coleção), com o seu constante repensamento e renovação, e de várias exposições temporárias, o Museu promoveu ainda a realização de outras atividades (figura 1) em diferentes períodos do ano e com diferentes durações, que incluíram atividades educativas (visitas guiadas no primeiro semestre) e diversas atividades de extensão cultural, nomeadamente concertos e itinerários guiados.

FIGURA 1 - CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES REALIZADAS NO MNAC-MC NO PERÍODO DE APLICAÇÃO DO EPMN



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

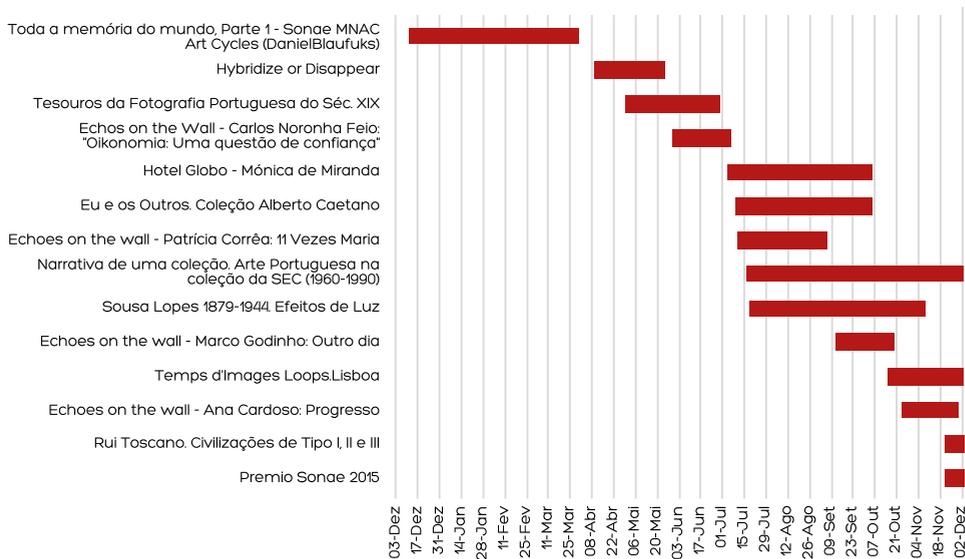
Nota: Por exposição permanente deve entender-se no MNAC-MC exposições de média duração de núcleos da coleção.



Jardim esculturas, DGPC/MNAC-MC

Especificamente quanto às exposições temporárias, foram sete as promovidas durante o período de referência. Apesar da sua continuidade verifica-se que é a partir do segundo semestre que passam a coincidir no tempo, uma vez que estiveram sempre patentes cinco exposições em simultâneo.

FIGURA 2 - CRONOGRAMA DAS EXPOSIÇÕES TEMPORÁRIAS REALIZADAS NO MNAC-MC NO PERÍODO DE APLICAÇÃO DO EPMN

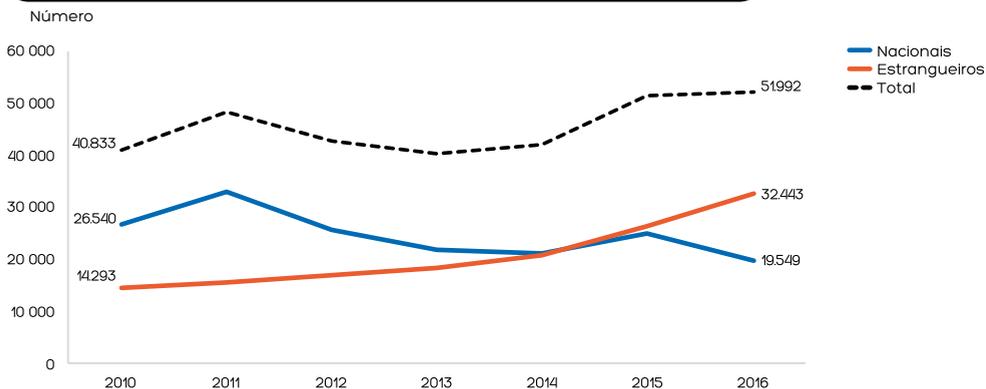


Fontes: equipa central do EPMN a partir de Ficha de atividades preenchida pela equipa do MNAC-MC. Período de referência: 03/12/2014 a 02/12/2015 (recolha dos dados); DGPC, Relatórios de Atividades 2014 e 2015; <http://www.museuartecontemporanea.govpt>

2.4. VISITANTES

No período de 2010 a 2016 constata-se um crescimento (27%) do número total de visitantes que passa de 40,8 mil para 52 mil, respetivamente (gráfico 4). Recorde-se que a nova ala do Museu foi inaugurada em 2015.

GRÁFICO 4 - VISITANTES DO MNAC-MC POR ANO (2010-2016)



Fonte: DGPC, Estatísticas de visitantes.

Este aumento deve-se ao crescimento constante dos visitantes estrangeiros, nomeadamente depois de 2013. Embora seja evidente o aumento dos nacionais de 2014 para 2015, nota-se um decréscimo acentuado para 2016. Ao longo do período em análise regista-se uma aproximação dos dois segmentos de visitantes até 2014, com os estrangeiros a superarem pela primeira vez os nacionais em 2015 (26,4 mil contra 25 mil, respetivamente).

O ano de realização do inquérito (2015) situa-se, assim, numa tendência de alteração na composição dos visitantes marcada pelo crescimento dos estrangeiros, nesse ano já ligeiramente maioritários.

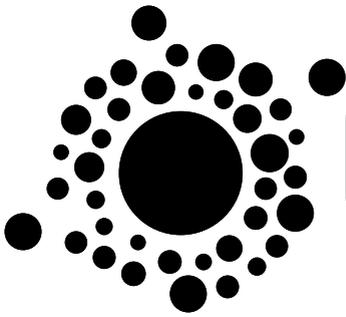


Capela Exposição D. Pedro IV (MAC-MC)

03

OS PÚBLICOS

3.1. Quem visita?	41
3.2. Qual a relação com o museu?	55
3.3. Com quem visitam?	56
3.4. Qual a duração e as motivações da visita?	58
3.5. Como se informam sobre a visita?	61
3.6. Que avaliações fazem do museu e da exposição?	65
3.7. Qual a notoriedade e visita aos monumentos, palácios e museus da DGPC?	73
3.8. Que posicionamentos face à gratuitidade?	81
3.9. Quais as motivações, práticas e frequência de visita a museus?	84
3.10. Quais as práticas culturais?	87



ESTUDO
PÚBLICOS
DE **MUSEUS** NACIONAIS

03 OS PÚBLICOS

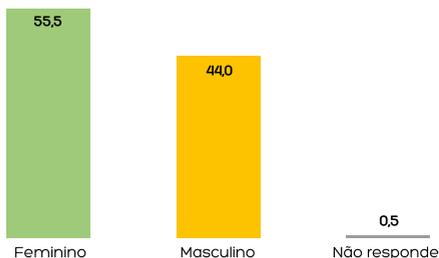
3.1. QUEM VISITA?

Neste ponto apresentam-se os resultados do inquérito aos públicos⁴ do Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado (MNAC-MC) sobre o perfil social de acordo com 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 MNAC-MC?

Na análise dos públicos segundo o sexo, constata-se que as mulheres são maioritárias (56%) (gráfico 5).

GRÁFICO 5 - SEXO

Percentagem



n = 1142.

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

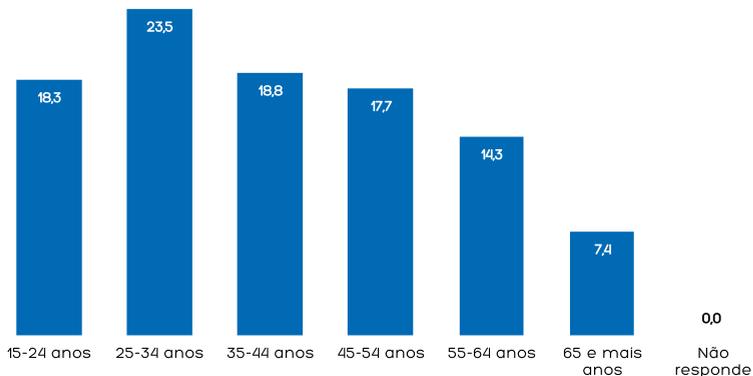
Tendo em conta a idade dos públicos nota-se a predominância do escalão dos jovens adultos: 24% tem entre 25 e 34 anos (gráfico 6). Há uma distribuição homogénea dos públicos nos restantes três escalões etários que representam inquiridos até aos 54 anos. É igualmente notória, por outro lado, a diminuição acentuada e paulatina nos dois grupos de idade seguintes.

De acordo com esta distribuição por escalão, a média de idade dos inquiridos (tendo em conta que o universo do estudo é composto pelos maiores de 15 anos) é de 40 anos.

⁴ Qui-quadrado estatisticamente significativo em todos os cruzamentos deste capítulo 3 ($p \leq 0,05$).

GRÁFICO 6 - IDADE

Percentagem

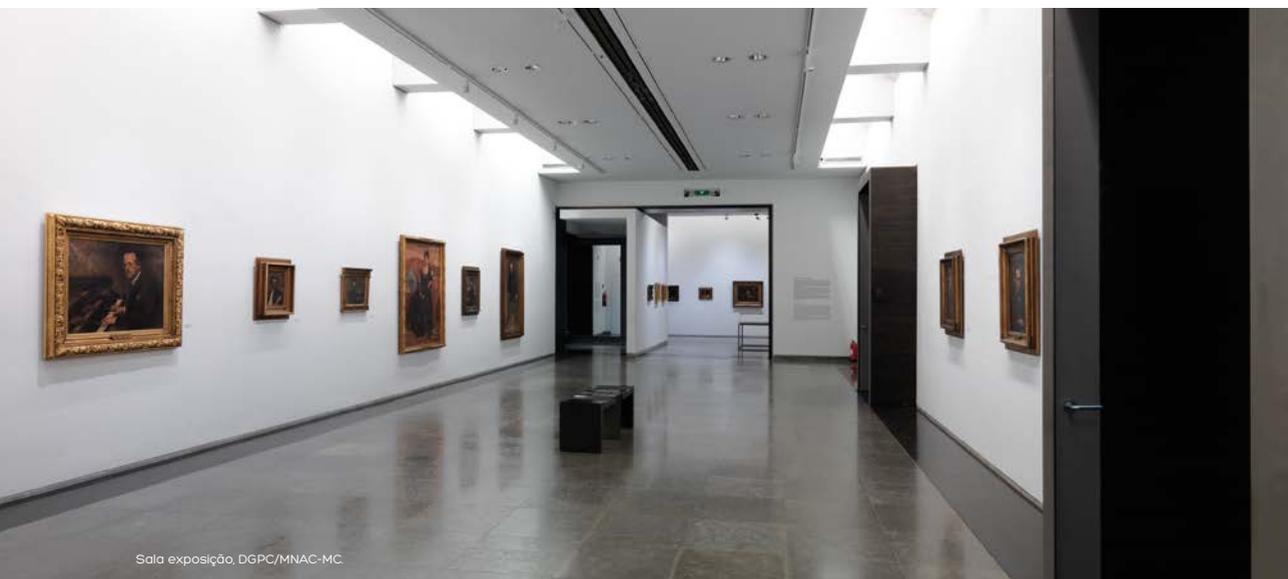


n = 1142

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

Na comparação com os resultados globais do EPMN a média de idades dos públicos do MNAC-MC é ligeiramente inferior: 40 anos contra 42 anos.

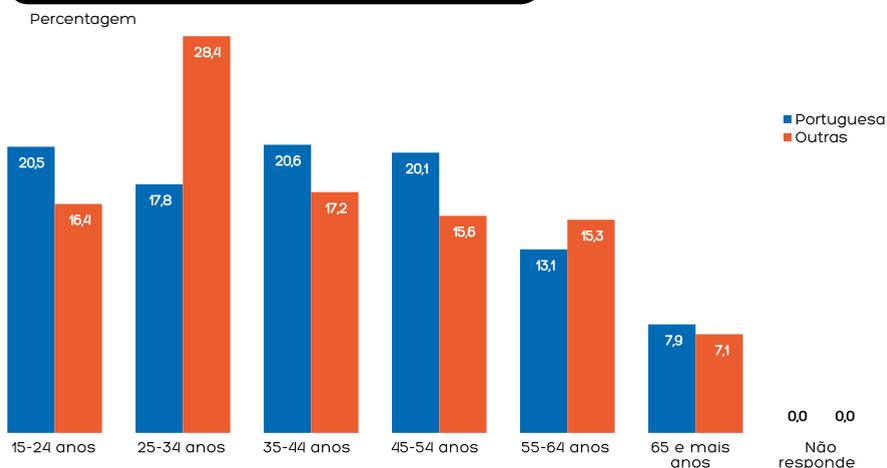
Relembre-se que os públicos do MNAC-MC se caracterizam por uma maioria de estrangeiros (53%) relativamente aos nacionais (47%). Note-se também que esta diferença a favor dos estrangeiros é mais acentuada no período posterior à abertura da nova ala no edifício da Rua Capelo (56% contra 50%).



Sala exposição, DGPC/MNAC-MC

Cruzando agora a informação relativa à idade dos públicos com a nacionalidade é possível observar algumas diferenças e semelhanças relevantes entre os públicos portugueses e os estrangeiros. Em primeiro lugar, destaca-se que são dois os escalões etários com maior representação dos públicos portugueses, o dos 35-44 anos (21%) que se distancia de 17% dos inquiridos de outras nacionalidades, e muito próximo o escalão dos 15-24 anos (21% de nacionais contra 16% de estrangeiros) (gráfico 7). Quanto aos públicos de outras nacionalidades o escalão que mais se destaca, com 28%, é o dos 25-34 anos. Assim, são os públicos de outras nacionalidades que explicam o peso das idades entre os 25 e os 34 anos, ao passo que isso se passa com os portugueses quanto ao escalão com idades entre 45 e 54 anos (20%). Tanto uns como outros mostram uma relação inversa com a idade: quanto mais velhos menor a percentagem.

GRÁFICO 7 - IDADE POR NACIONALIDADE



n = portuguesa (533) e outras (609).
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

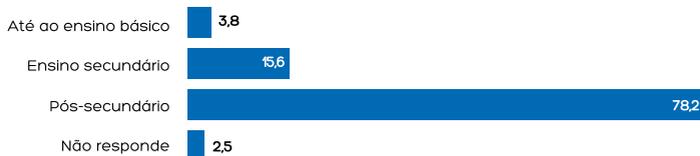
Tomando como referência a média das idades confirma-se que os públicos portugueses são pouco mais velhos do que os estrangeiros (41 anos contra 40).

A larga maioria dos públicos do MNAC-MC possui níveis de escolaridade elevados, uma vez que 78% concluiu ciclos de ensino pós-secundário (gráfico 8), confirmando a relação entre os níveis de escolaridade e a frequência das práticas culturais, em particular de visita aos museus, já destacada noutros estudos.

Mais detalhadamente, o grupo de inquiridos com um grau de escolarização mais elevado reparte-se por 38% de licenciados, 31% de mestres e mais de 9% de doutorados. As restantes categorias revelam que 12% dos públicos concluiu o ensino secundário e uma escassa minoria (4%) terminou o ensino básico.

GRÁFICO 8 - ESCOLARIDADE

Percentagem



n = 1142.

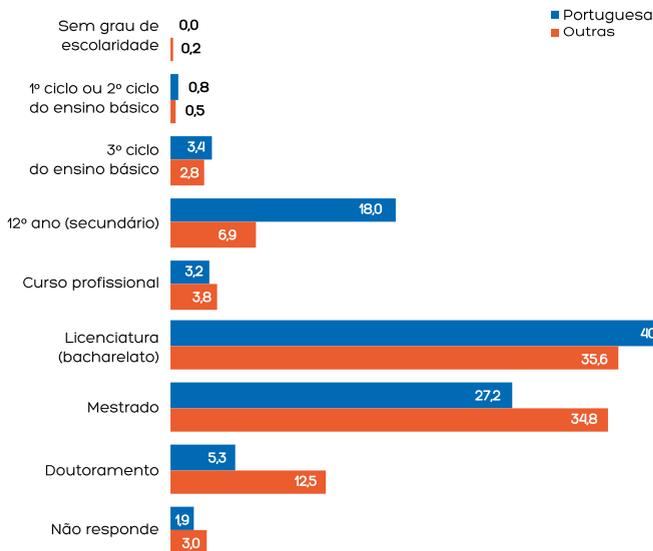
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Na comparação com os resultados globais do EPMN a qualificação escolar dos públicos do MNAC-MC é das mais elevadas: 78% dos públicos têm níveis pós-secundários, ao passo que no EPMN é de 73%.

A comparação dos níveis de escolaridade dos públicos nacionais com os dos estrangeiros (gráfico 9) mostra que o grau dos licenciados é o mais representado tanto entre os portugueses (40%) como entre os estrangeiros (36%). Observa-se também que a percentagem de mestres é superior no segmento de públicos estrangeiros (35%) em comparação com o dos portugueses (27%), acontecendo o mesmo no caso dos doutorados estrangeiros (13% contra 5%).

GRÁFICO 9 - ESCOLARIDADE POR NACIONALIDADE

Percentagem



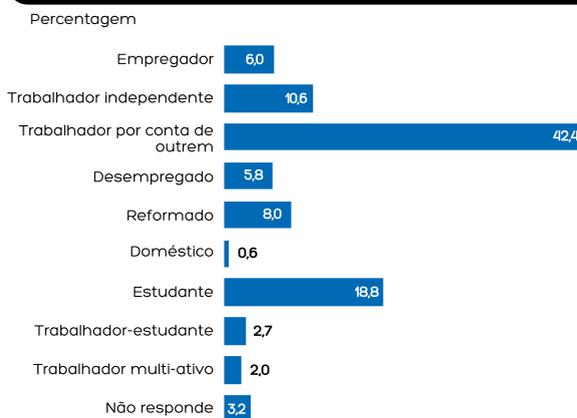
n = portuguesa (533); outras (609).

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

No segmento de públicos que concluiu o ensino secundário encontra-se 18% de portugueses e 7% de estrangeiros. No que diz respeito os níveis mais baixos de escolaridade existe uma maior proximidade entre os dois segmentos de públicos.

Quanto à distribuição dos públicos segundo a condição perante o trabalho (gráfico 10), verifica-se uma forte distinção da categoria trabalhador por conta de outrem em relação às restantes, uma vez que esta representa 42%. Os estudantes são 19% - evidenciando-se, portanto, a proximidade com a universidade (a Faculdade de Belas Artes) - e 8% por reformados, sendo que o conjunto de empregadores e trabalhadores independentes corresponde a perto de 17% (6% e 11% respetivamente). Registam-se ainda valores inferiores a 7% para as restantes condições, em particular a de desempregados e a dos trabalhadores-estudantes (6% e 3% respetivamente).

GRÁFICO 10 - CONDIÇÃO PERANTE O TRABALHO



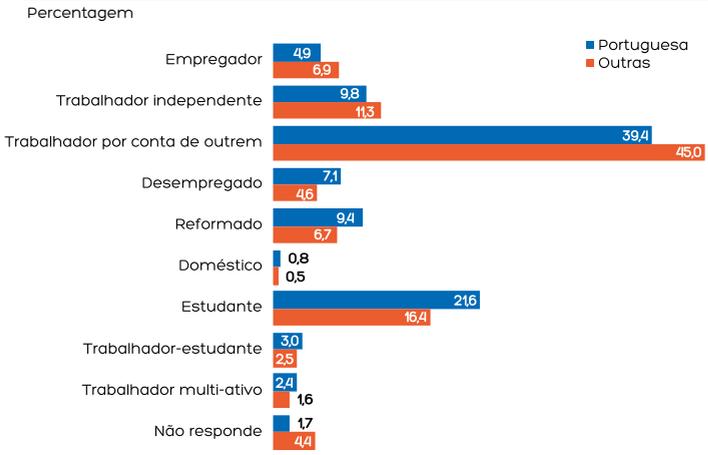
n = 1142.

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

Na comparação com os resultados globais do EPMN a condição de estudante dos públicos do MNAC-MC é mais elevada em quatro pontos percentuais: 19% contra os 15%.

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 dos públicos estrangeiros (45%) ultrapassa a dos portugueses (39%) (gráfico 11).

GRÁFICO 11 - CONDIÇÃO PERANTE O TRABALHO POR NACIONALIDADE



n = portuguesa (533); outras (609).
 Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Em relação às outras condições, e com exceção das referentes aos trabalhadores ativos - empregadores e trabalhadores independentes - nota-se que os públicos portugueses detêm percentagens proporcionalmente superiores às dos estrangeiros, em particular: 9% dos portugueses são reformados em comparação com os 7% dos estrangeiros; 22% do total de



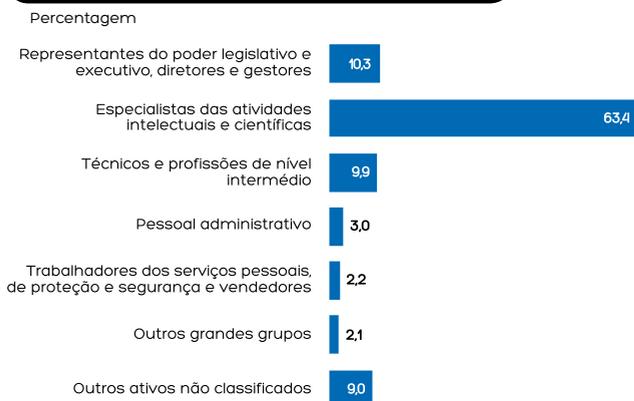
Grupo do Leão - Columbano, DGPC/MNAC-MC.

nacionais é estudante, o que contrasta com os 16% dos estrangeiros; e por fim 7% dos portugueses é desempregado, ao passo que 5% dos estrangeiros se encontram na mesma condição. Existe uma relativa homogeneidade nas percentagens de trabalhadores-estudantes e multi-ativos no que toca aos totais de públicos nacionais e estrangeiros.

A próxima variável a considerar para a caracterização dos públicos do MNAC-MC é a dos grupos profissionais, construída com base na Classificação Portuguesa das Profissões - CPP 2010 (INE, 2011).

O gráfico 12 permite dar conta da distribuição dos inquiridos segundo os grandes grupos profissionais e destacar que quase dois terços dos públicos exercem funções profissionais como especialistas das atividades intelectuais e científicas (63%), a categoria mais qualificada em termos de escolaridade.

GRÁFICO 12 - GRUPOS PROFISSIONAIS



n = 890.

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 MNAC-MC é ligeiramente mais elevada com 63% contra 61%.

Os grandes grupos profissionais que se seguem apresentam percentagens muito inferiores, como é o caso dos representantes do poder legislativo e executivo, diretores e gestores e dos técnicos e profissões de nível intermédio, ambos com 10%.

Em particular, o gráfico 13 descreve o grande grupo de especialistas das atividades intelectuais e científicas, caracterizando os principais sub-grupos que o compõem, onde se encontram, com expressão significativa, o dos professores dos vários níveis de ensino (25%) - uma das regularidades dos estudos de públicos da cultura - e o dos especialistas em assuntos jurídicos, sociais, artísticos e culturais (32%) - no qual se destaca as profissões dos artistas criativos e das artes do espetáculo, advogado, psicólogo e jornalista. Em conjunto estes sub-grupos representam mais de metade dos inquiridos deste grande grupo.

GRÁFICO 13 - ESPECIALISTAS DAS ATIVIDADES INTELLECTUAIS

E CIENTÍFICAS POR SUB-GRUPO



n = 564.

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

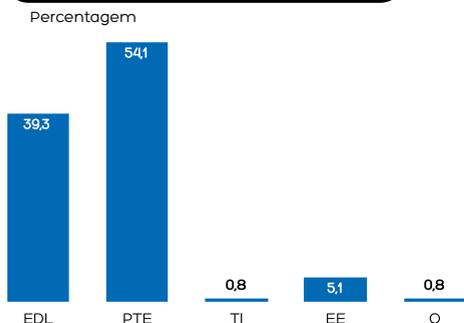
Outros sub-grupos com expressão significativa são, por um lado, o dos especialistas das ciências físicas, matemáticas, engenharias e técnicas afins (16%) e, por outro lado, o dos especialistas em finanças, contabilidade, organização administrativa, relações públicas e comerciais (12%). Os restantes ficam abaixo de 9%.

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).

Através do gráfico 14 é possível observar que, dos públicos que desempenham ou desempenharam uma atividade profissional, a maioria (54%) pertence ao tipo profissionais técnicos e de enquadramento, resultado que, com maior ou menor expressão, também constitui uma regularidade na composição dos públicos da cultura. Se a este se juntar o dos empresários, dirigentes e profissionais liberais (39%), constata-se que a percentagem se eleva para mais

de 90% dos públicos. Os restantes tipos apresentam valores muito baixos, destacando-se ainda assim a presença de 5% de empregados executantes.

GRÁFICO 14 - TIPOLOGIA ACM



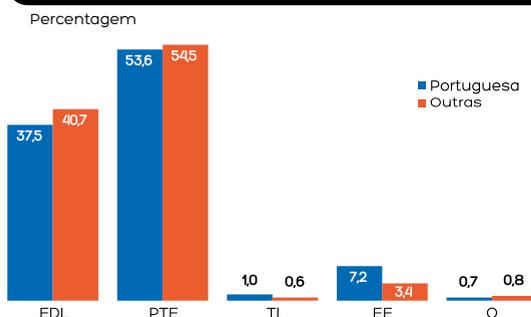
n = 647.

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

Nota: 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 o peso dos estrangeiros nos tipos profissionais técnicos e de enquadramento (55%) e empresários, dirigentes e profissionais liberais (41%), ao passo que os públicos nacionais se encontram mais representados no dos empregados executantes (7%), e por fim um alinhamento no dos trabalhadores independentes e operários (1% em ambos os públicos) (gráfico 15). Confirmam-se assim, também por esta via, os 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 (291); outras (356).

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

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

Quanto à dimensão do agregado familiar, 49% das estruturas familiares representadas entre os públicos compreende até duas pessoas (que

corresponde tipicamente ao casal), os agregados de três a quatro pessoas a 33% e as famílias mais numerosas são menos do que 8% (gráfico 16).

GRÁFICO 16 - AGREGADO FAMILIAR

Percentagem



n = 1,142.
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

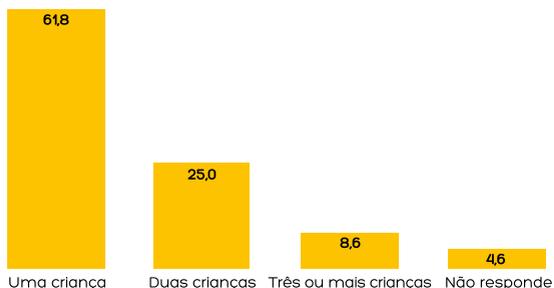
Ainda no que diz respeito ao agregado familiar, 83% dos públicos refere não ter crianças e jovens até aos 12 anos (que têm, lembre-se, entrada gratuita nos museus da DGPC) a cargo.

Dos públicos que declaram ter filhos (13% do total), mais de metade (62%) tem apenas uma criança, 25% respondeu ter duas crianças, sendo o escalão menos representado (9%) o dos agregados com três ou mais filhos (gráfico 17).

GRÁFICO 17 - AGREGADOS FAMILIARES POR NÚMERO

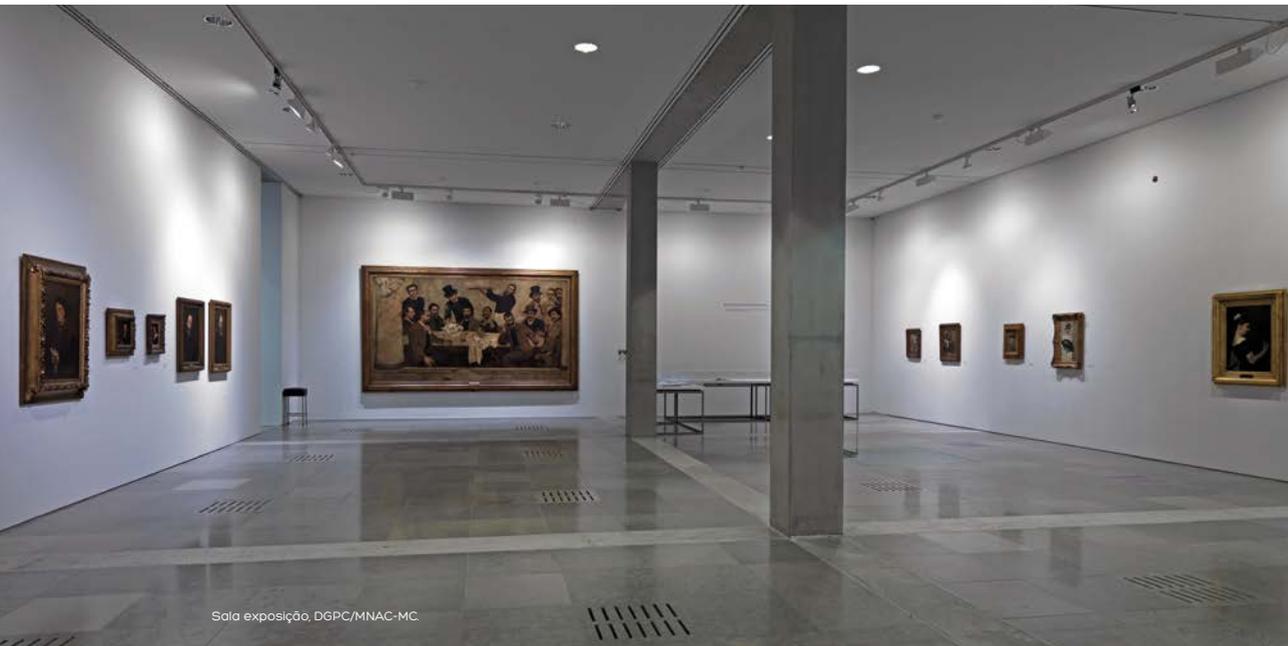
DE CRIANÇAS E JOVENS

Percentagem



n = 152.
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Na comparação com os resultados globais do EPMN a percentagem dos agregados familiares no MNAC-MC com apenas uma criança ou jovem é mais elevada em oito pontos percentuais, 62% contra 54% do EPMN.

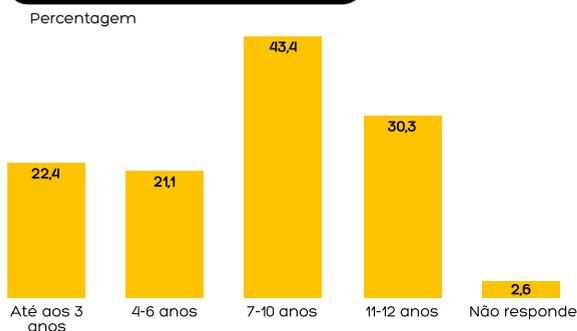


Sala exposição, DGPC/MNAC-MC

Relativamente à idade, verifica-se que a grande maioria dos agregados familiares têm crianças e jovens com mais de sete anos (gráfico 18). O escalão que regista a percentagem mais elevada é 7-10 anos (43%), ao passo que os agregados familiares com crianças até 3 anos e entre os 4-6 anos registam pesos menores (com 22% e 21% respetivamente).

GRÁFICO 18 - IDADE DAS CRIANÇAS E JOVENS DOS

AGREGADOS FAMILIARES



n = 152

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

Nota: variável múltipla.

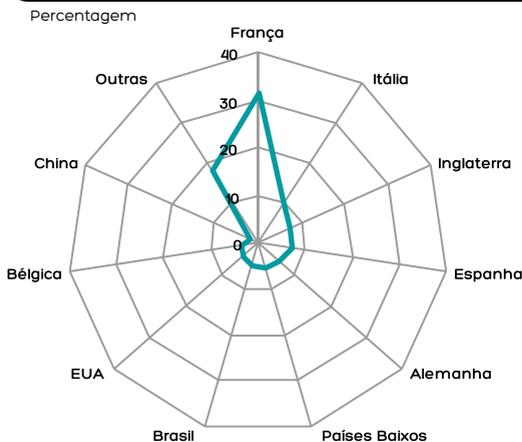
Passando para a análise das variáveis relacionadas com a nacionalidade dos públicos do MNAC-MC importa lembrar, uma vez mais, que os públicos estrangeiros são majoritários (53%).

Na comparação com os resultados globais do EPMN o MNAC-MC regista uma maior presença de públicos estrangeiros com 53% contra 47%.

Em relação aos estrangeiros, tendo obtido respostas por parte de inquiridos de 49 nacionalidades diferentes (no conjunto dos museus participantes são 99) - o que atesta a diversidade de origens e de idiomas, sobretudo tendo em conta que os idiomas do inquérito foram o francês, o inglês e o espanhol, para além do português -, constata-se que 84% do total provêm de um país europeu, que 6% são oriundos tanto da América do Sul como da América Norte, sendo que os provenientes dos restantes não ultrapassam os 3%.

Como se pode observar no gráfico 19, a nacionalidade mais representada é a francesa (32%). A alguma distância, já com valores que representam menos de metade desta primeira categoria, encontram-se os públicos provenientes de Itália (10%), Inglaterra e Espanha (ambos com 7%), Alemanha (6%) Países Baixos e Brasil (ambos com 5%). Com percentagens abaixo dos 5%, mas ainda assim assinaláveis, encontram-se os públicos dos EUA e Bélgica.

GRÁFICO 19 - PÚBLICOS ESTRANGEIROS POR PAÍS

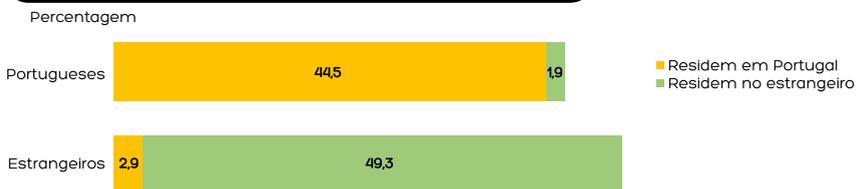


n = 603.
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

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 dos 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.

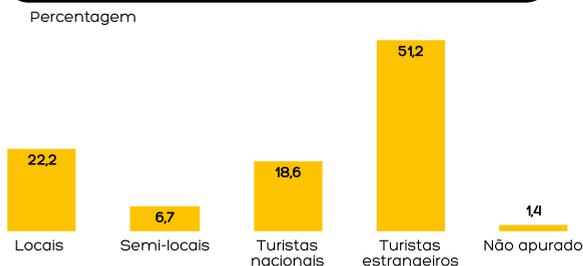
GRÁFICO 20 - NACIONALIDADE E RESIDÊNCIA



n = 1142.
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 os turistas estrangeiros, os mais representados, com 51% (gráfico 21). Por outro lado, os públicos locais (que residem no concelho do Museu, neste caso Lisboa) representam 22%, seguindo-se dos turistas nacionais (os provenientes de outros concelhos em Portugal) que representam 19%, ao passo que a atração de públicos classificados como semi-locais (moram num dos concelhos limítrofes ao do Museu) é relativamente baixa, com 7%.

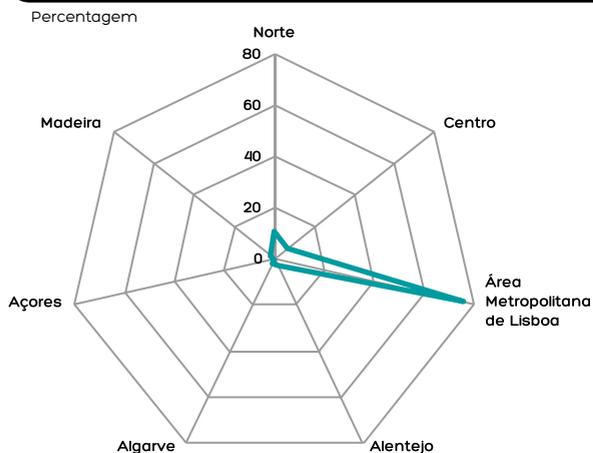
GRÁFICO 21 - PROXIMIDADE GEOGRÁFICA



n = 1142.
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 maior percentagem (76%) provém de concelhos localizados na AML - Área Metropolitana de Lisboa (gráfico 22).

GRÁFICO 22 - PÚBLICOS NACIONAIS POR REGIÃO DE RESIDÊNCIA



n = 541.

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, Lisboa, mas também de concelhos limítrofes como Oeiras,



Charneca de Belas - Silva Porto, DGPC/MNAC-MC.

Cascais, Amadora e Sintra. Nas outras regiões salientam-se 11% dos que se residem na região Norte e os 6% na do Centro do país, ao passo que as restantes não apresentam percentagens superiores a 4%. Em termos de comparação com a distribuição da estrutura populacional do país, é claramente visível a sobrerrepresentação dos residentes da AML.

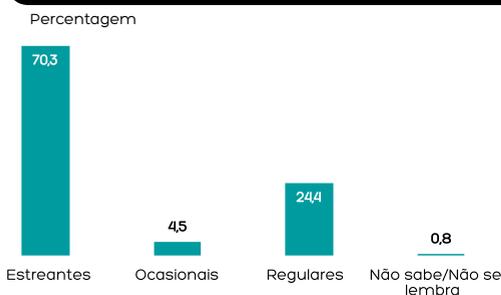
3.2. QUAL A RELAÇÃO COM O MUSEU?

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

TIPO DE RELAÇÃO

No que diz respeito ao tipo de relação dos públicos com o MNAC-MC, verifica-se que uma parte muito significativa (70%) é composta por estreates (gráfico 23).

GRÁFICO 23 - RELAÇÃO COM O MNAC-MC



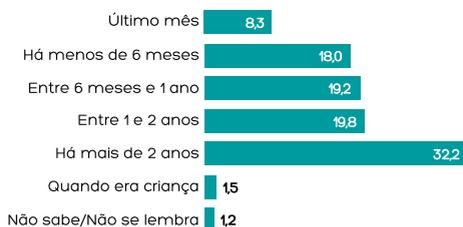
Por outro lado, os públicos regulares (que visitaram anteriormente o Museu três ou mais vezes) representam 24% do total, denotando uma taxa de fidelização significativa. Considerando apenas o subconjunto dos públicos regulares identifica-se a presença de 48% destes públicos entre os portugueses em comparação com 3% entre os estrangeiros. Deste modo, pode concluir-se que, ao contrário da primeira visita ao Museu, a repetição é fortemente condicionada pela proximidade geográfica.

VISITAS ANTERIORES

Reforçando o acima mencionado a propósito do tipo de relação, evidencia-se imediatamente que 32% realizou a visita há mais de dois anos (gráfico 24). Verifica-se ainda uma incidência relevante de visitas realizadas entre um e dois anos (20%), entre seis meses e um ano (19%) ou até seis meses (18%) antes de terem sido inquiridos no âmbito do EPMN. É residual a percentagem de públicos que visitou o Museu apenas quando era criança (2%).

GRÁFICO 24 - VISITA ANTERIOR AO MNAC-MC

Percentagem



n = 339.

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 do que uma vez o Museu) evidencia-se o escalão mais elevado, ou seja, os que voltam a visitar, visitam com elevada regularidade (gráfico 25). Assim, dos públicos que repetem a visita constata-se que a maior parte (67%) regressam ao MNAC-MC três ou mais vezes.

GRÁFICO 25 - NÚMERO DE VISITAS ANTERIORES AO MNAC-MC

Percentagem



n = 339.

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

Interessante é, também, o resultado do cruzamento da variável recorrência da visita com a nacionalidade, que evidencia a prevalência dos públicos portugueses entre os que visitaram o Museu três ou mais vezes (70%) e dos estrangeiros entre os que fizeram uma ou duas visitas (32% em ambos).

3.3. COM QUEM VISITAM?

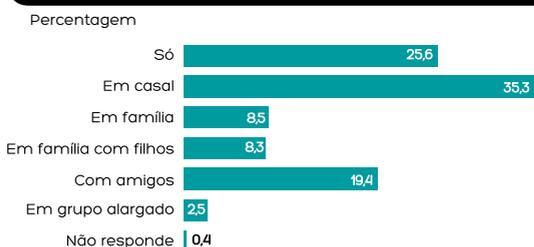
Neste ponto apresentam-se as várias modalidades de acompanhamento dos públicos na visita ao MNAC-MC.

MODALIDADE DE ACOMPANHAMENTO

Um outro aspeto em análise está relacionado com a modalidade de acompanhamento na visita ao Museu (gráfico 26), salienta-se que a maioria dos públicos realizou a visita com companhia (74%), confirmando assim a visita como uma prática normalmente partilhada com outras pessoas⁵, sendo que, por outro lado, 26% afirma realizá-la solitariamente.

Mais especificamente, note-se que 35% dos públicos realizou a visita em casal e 19% na companhia de amigos. Ou seja, para além de as visitas serem normalmente feitas com companhia, esta é sobretudo a família chegada. A companhia de amigos é uma modalidade pela qual os mais jovens optam mais frequentemente.

GRÁFICO 26 - MODALIDADE DE ACOMPANHAMENTO AO MNAC-MC



n = 1142.

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

Destaca-se ainda que 9% dos públicos realiza a visita em companhia da família, e que, destes, 8% visitou o MNAC-MC na companhia de familiares e filhos, sendo que 7% foi visitar o Museu com crianças e jovens até aos 12 anos.

Na comparação com os resultados globais do EPMN a modalidade de acompanhamento com até duas pessoas é muito semelhante à média, com 35%.

Observando a modalidade de acompanhamento em relação à nacionalidade dos públicos, constata-se que tanto os estrangeiros como os nacionais visitam o MNAC-MC sobretudo em casal (43% e 26% respetivamente). Por outro lado, há mais portugueses a efetuar a visita só (29% contra 23%), em família acompanhados pelos filhos (11%) do que os estrangeiros (6%). A visita com amigos apresenta percentagens próximas nos públicos nacionais e nos estrangeiros (21% contra 18%, respetivamente).

⁵ 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, Aurmasson 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.

3.4. QUAL A DURAÇÃO E AS MOTIVAÇÕES DA VISITA?

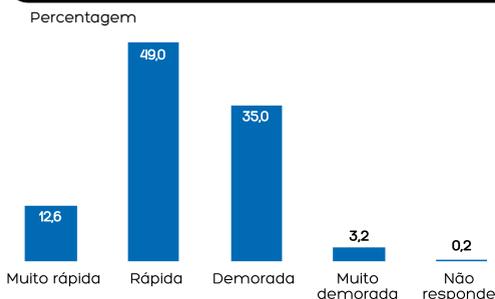
Neste ponto reportam-se os resultados referentes à duração da visita, às modalidades de ingresso e às motivações que estiveram na base da visita realizada.

DURAÇÃO DA VISITA

No que toca à duração da visita, mais de 80% dos públicos do MNAC-MC afirma ter dedicado mais do que 30 minutos à experiência (gráfico 27).

Mais especificamente, 49% dos públicos responde ter feito uma visita rápida (nisto se distinguindo de boa parte dos museus observados uma vez que a média do EPMN nesta duração é 38%) e 35% demorada. No entanto, 13% dos inquiridos referem ter realizado uma visita muito rápida ao Museu. Outro aspeto a destacar é a incidência muito baixa das respostas relativas às visitas muito demoradas, ou seja, mais de duas horas.

GRÁFICO 27 - DURAÇÃO DA VISITA AO MNAC-MC



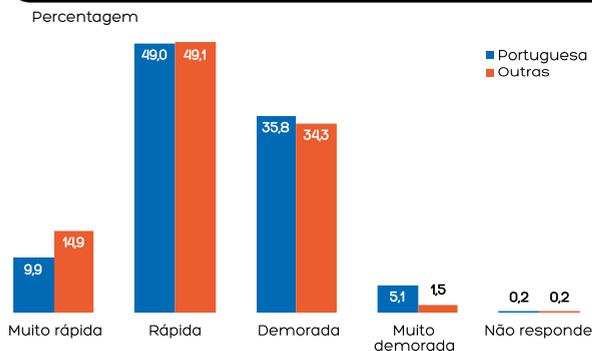
n = 1142

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

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

Cruzando a duração da visita com a nacionalidade é possível observar, através do gráfico 28, que no caso das visitas muito rápidas a percentagem de estrangeiros é superior (15%) em comparação com a dos portugueses (10%). Há um alinhamento de frequência de comportamentos entre os públicos aqui em análise no que toca às visitas rápidas, que registam 49% de respostas em ambos os contingentes. Os públicos nacionais são pouco mais numerosos nas visitas demoradas, com 36%, dois pontos percentuais acima dos públicos de outras nacionalidades, bem como nas visitas muito demoradas.

GRÁFICO 28 - DURAÇÃO DA VISITA AO MNAC-MC POR NACIONALIDADE



n = portuguesa (533); outras (609).

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

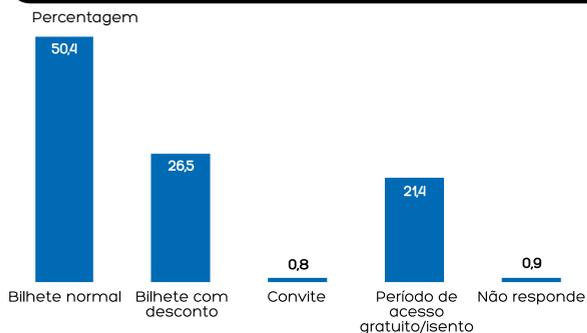
Nota: muito rápida (<30min); rápida (30min a 1h); demorada (1h a 2h); muito demorada (mais de 2h).

Na comparação com os resultados globais do EPMN, a percentagem de visita rápida ao Museu é superior em 11 pontos percentuais: 49% para os 38% do EPMN.

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 MNAC-MC pode corresponder a um bilhete com o valor normal, a um dos diversos tipos com desconto ou mesmo isenção⁶. Observando então os resultados do inquérito em relação ao ingresso dos públicos evidencia-se que 50% pagou o bilhete normal (gráfico 29), 27% beneficiou de algum tipo de desconto e 22% acedeu gratuitamente durante um período de acesso livre ou com isenção de pagamento.

GRÁFICO 29 - INGRESSO PARA A VISITA AO MNAC-MC



n = 1142.

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

⁶ Despacho n.º 6474/2014, de 19 de maio (fixa a tabela de preços de entrada nos serviços dependentes da DGPC).

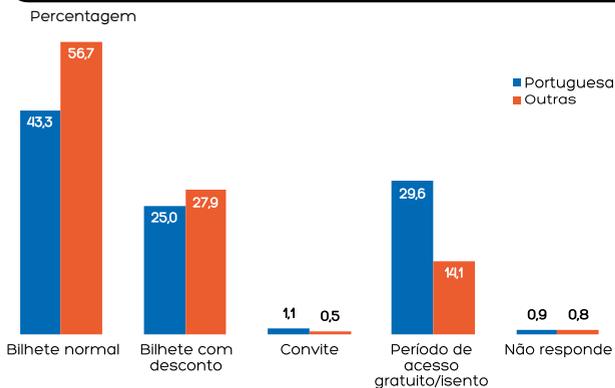
Analisando a mesma variável de ingresso no cruzamento com a nacionalidade observam-se discrepâncias relevantes entre públicos nacionais e estrangeiros na distribuição das opções de resposta (gráfico 30). Assim, na opção de ingresso mediante bilhete normal constata-se uma percentagem de estrangeiros (57%) mais elevada em comparação com a dos portugueses (43%), o que se pode dever a várias razões, designadamente a determinação do momento da visita não tanto em função dos períodos de entrada gratuita, mas sim da disponibilidade de tempo, ou não corresponderem a nenhum dos regimes previstos nos descontos de entrada.



Por outro lado, verifica-se que entre os portugueses prevalece a visita no período de acesso gratuito/isento (30%) em comparação com a dos públicos de outras nacionalidades (14%).

Quanto às restantes opções as diferenças registadas são pequenas (entre um e três pontos percentuais), sobressaindo os estrangeiros em relação aos bilhetes com desconto e os portugueses nos convites.

GRÁFICO 30 - INGRESSO PARA A VISITA AO MNAC-MC POR NACIONALIDADE



n = portuguesa (533); outras (609).
 Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

MOTIVAÇÕES DA VISITA

Após a análise da duração da visita e das modalidades de ingresso ao MNAC-MC observa-se agora de forma detalhada as motivações da visita (gráfico 31). O interesse pelo MNAC-MC reflete a opção de resposta com a maior adesão (79%), à qual se associa a elevada importância de conhecer, ou rever, o conjunto de exposições, nomeadamente a permanente (59%) e as temporárias (56%).

A alguma distância, situa-se acompanhar familiares/amigos/outras pessoas (34%) e razões profissionais e de estudo (31%) como motivos relevantes. Destaca-se ainda a opção de visita ao jardim (Jardim das Esculturas) como motivação importante ou muito importante para 20% dos respondentes. Os restantes fatores apresentam percentagens mais baixas, sendo assistir às atividades culturais referido por 13% e assistir a espetáculos por 12%, enquanto fazer a visita guiada ou participar em atividades específicas para crianças, seniores ou outros grupos, com menos de 10% de respostas, reforça a questão do gosto e dos interesses segmentados e de nicho.

GRÁFICO 31 - MOTIVAÇÕES DA VISITA AO MNAC-MC



n = 1137.

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?

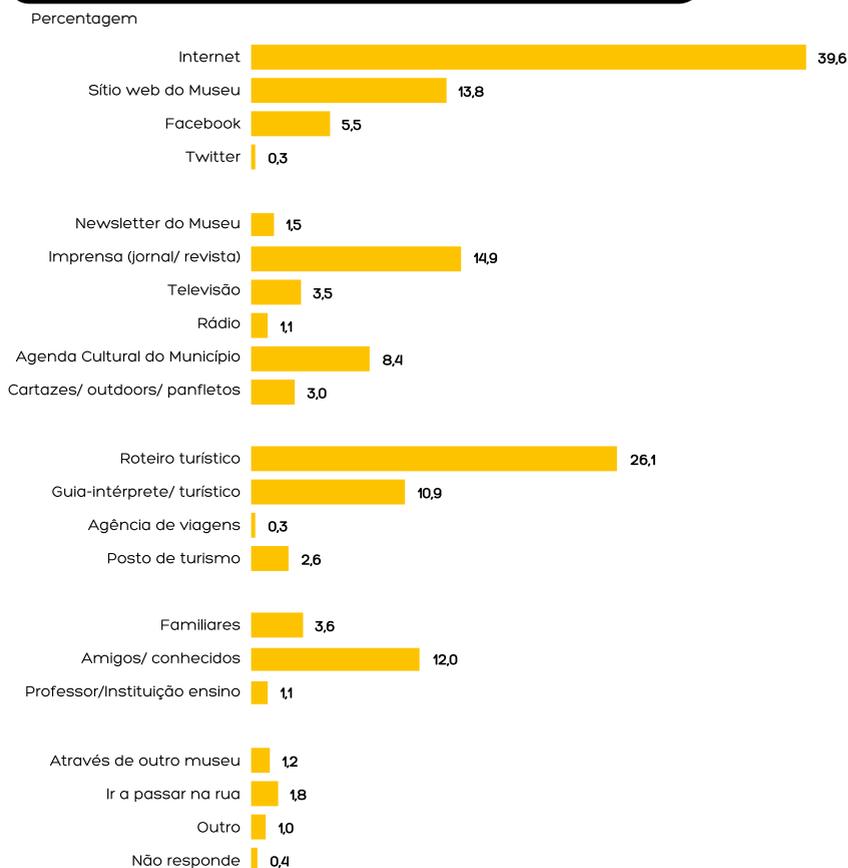
Neste ponto é focada a consulta prévia de informação sobre a visita realizada ao Museu e os vários meios de informação consultados.

MEIOS DE INFORMAÇÃO CONSULTADOS

A maioria dos públicos do MNAC-MC (63%) consultou algum meio de informação antes de efetuar a visita.

Entre os meios de informação consultados destacam-se dois, a Internet e o roteiro turístico, com 40% e 26%, respetivamente (gráfico 32). Em seguida estão a consulta de jornais e revistas, e o website do Museu (15% e 14% respetivamente) como outras fontes de informação consultadas. Outro dado interessante a notar é que, o fator social, amigos e conhecidos (12%) é quase tão relevante quanto os guia-intérprete/turístico (11%). Todos os restantes meios e suportes parecem ser escassamente consultados, recolhendo percentagens iguais ou inferiores a 8%.

GRÁFICO 32 - MEIOS DE INFORMAÇÃO CONSULTADOS



n = 723.

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.

Comparativamente com os resultados globais do EPMN verifica-se no MNAC-MC maior recurso a consultas prévias de jornais e revistas (15%, mais 10 pontos percentuais) e menos uso do roteiro turístico (26%, menos cinco pontos).

Tendo presente que a maioria dos públicos do MNAC-MC são estrangeiros, 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 a relevância da Internet é transversal às duas categorias, e confirma-se ainda que os meios de informação específicos para turistas são mais utilizados pelos residentes no estrangeiro - roteiros (46%), guias-intérpretes/turísticos (21%) e postos de turismo (5%). Em todos estes itens os residentes em Portugal registam percentagens inferiores de resposta.

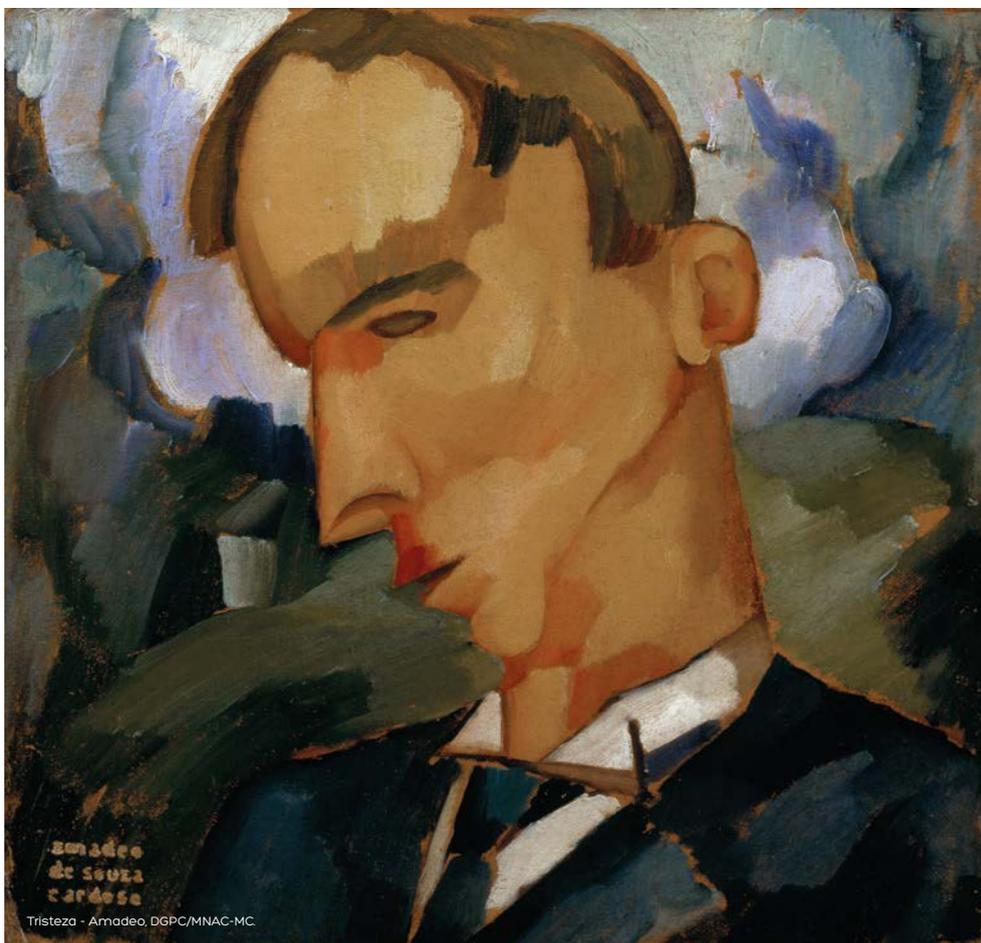
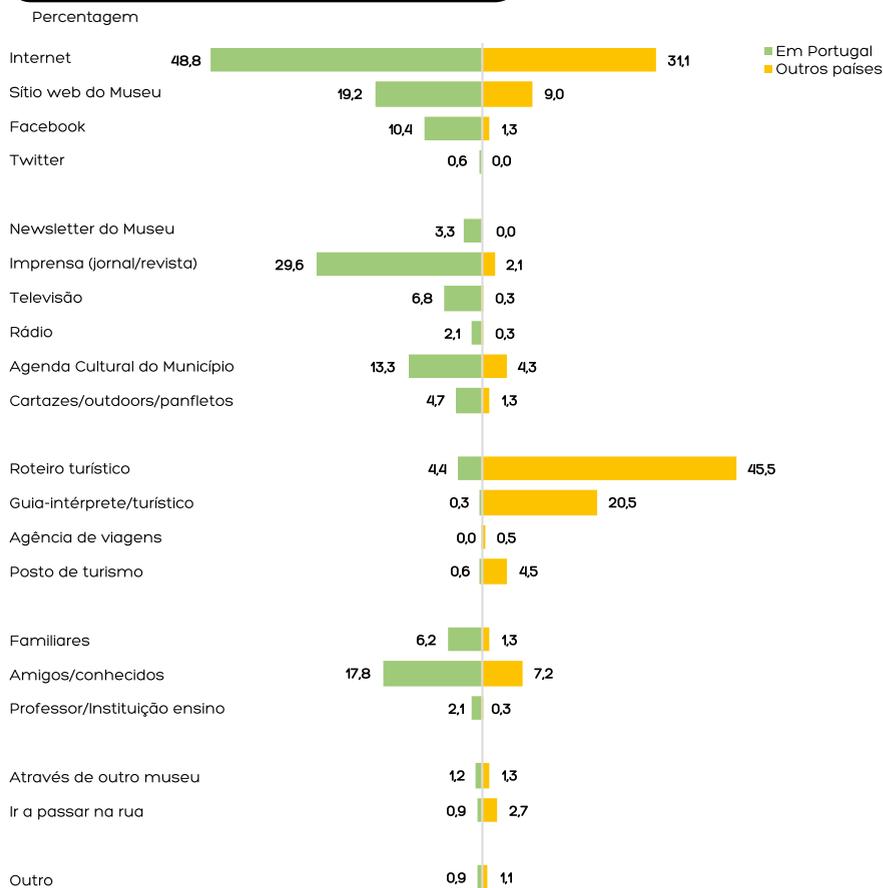


GRÁFICO 33 - MEIOS DE INFORMAÇÃO CONSULTADOS

POR LOCAL DE RESIDÊNCIA HABITUAL



n = em Portugal (338); outro país (376).

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

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

A Internet é a fonte de informação preferencial para quase metade dos públicos residentes em Portugal (49%), em comparação com os 31% de residentes no estrangeiro. Os nacionais são também os que mais consultam o sítio web do Museu (19%), o Facebook (10%), bem como os mais propensos a consultar a comunicação social, em particular a imprensa através de jornais e revistas (30%) e a televisão (7%).

As relações de convivalidade são também muito significativas e os amigos e conhecidos são considerados como fontes atendíveis de informação por 18%

dos residentes em Portugal e por 7% dos que habitam no estrangeiro. Refira-se igualmente o papel desempenhado pela agenda Cultural do Município (13% no caso dos residentes nacionais e 4% dos residentes em outros países), sendo que, todavia, o peso dos familiares, dos professores e das escolas é minoritário em ambos os contingentes.

A grande maioria dos públicos recorreu a uma única fonte de informação (67%), ao passo que 28% utilizou duas ou, no máximo, três fontes. Entre as combinações mais comuns assinala-se as que incluem a Internet (Internet/Sítio web do Museu; Internet/Roteiro turístico; Internet/Facebook; e Internet/Amigos).

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 tema colocado 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.

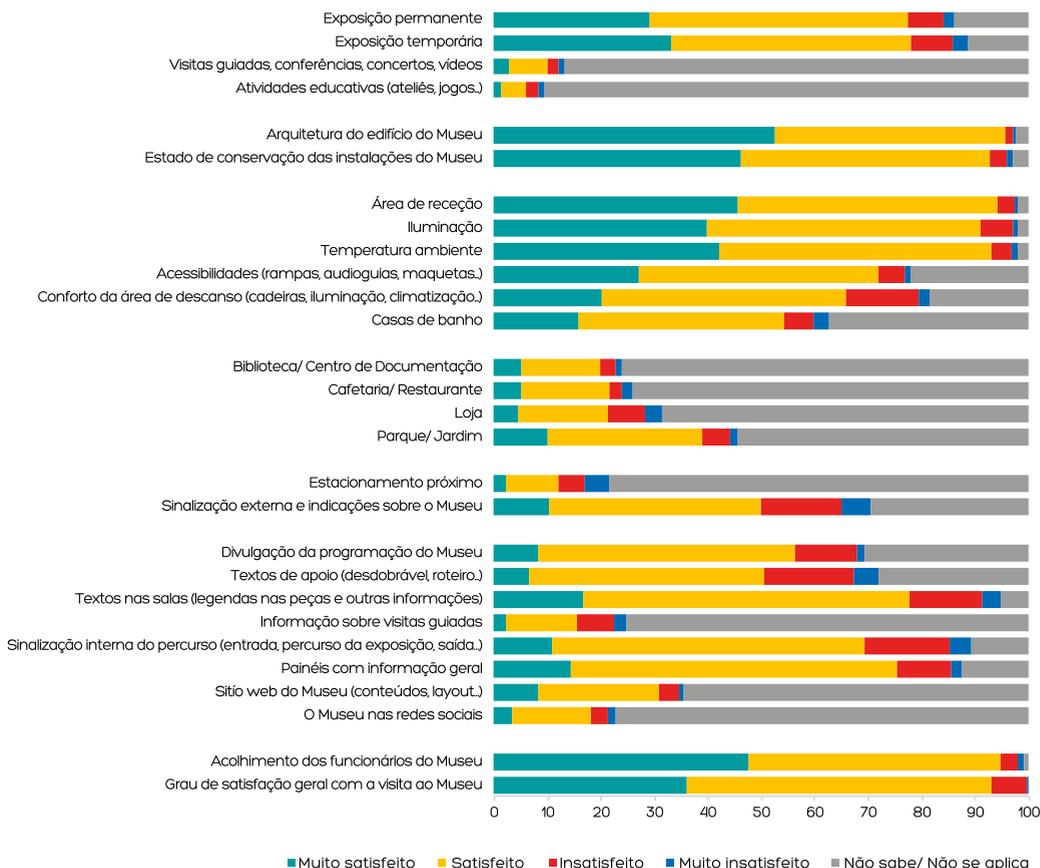
Numa primeira leitura dos resultados, saliente-se que as avaliações de sentido positivo são maioritárias em 18 dos 28 itens (gráfico 34). Em três desses itens as percentagens são superiores a 93%: arquitetura do edifício, área de receção, e acolhimento dos funcionários do MNAC-MC. Por outro lado, evidenciam-se também alguns itens avaliados como insatisfatórios ou mesmo muito insatisfatórios pelos públicos em percentagens significativas, entre os quais sinalização externa e indicações sobre o Museu (21%), sinalização interna do percurso (entrada, percurso da exposição e saída) e textos de apoio (desdobrável, roteiro) com 20% e 22 % respetivamente.

Saliente-se ainda um conjunto de outros itens pelas elevadas percentagens de resposta não sabe/não se aplica. Enquadram-se aqui, por exemplo, as atividades educativas (ateliers, jogos); ou as visitas guiadas, conferências, concertos, vídeos; com percentagem acima dos 85%. A presença do MNAC-MC nas redes sociais; a informação sobre visitas guiadas; o estacionamento

próximo, ou a biblioteca/centro de documentação todos registam percentagens acima dos 75%. Estes valores podem ser explicados quer pela não existência efetiva da valência ou do serviço em questão, quer pela não participação em determinada atividade ou na ausência de consulta de informação nas plataformas digitais.

GRÁFICO 34 - AVALIAÇÕES DO MNAC-MC

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 agora 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 revela um elevado grau de satisfação com o acolhimento por parte dos funcionários (com 96%) bem como com a visita em geral (93%) (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 permanente⁷ como a que regista a taxa de satisfação mais elevada (90%), seguida da exposição temporária (88%). As restantes duas atividades registam percentagens elevadas, mas num patamar inferior a 77% (gráfico 36).

GRÁFICO 36 - AVALIAÇÃO DAS ATIVIDADES

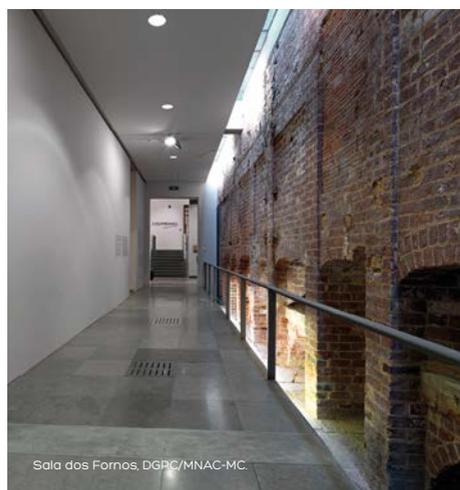


n = respostas válidas às opções de resposta excluindo não sabe/não se aplica.

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

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

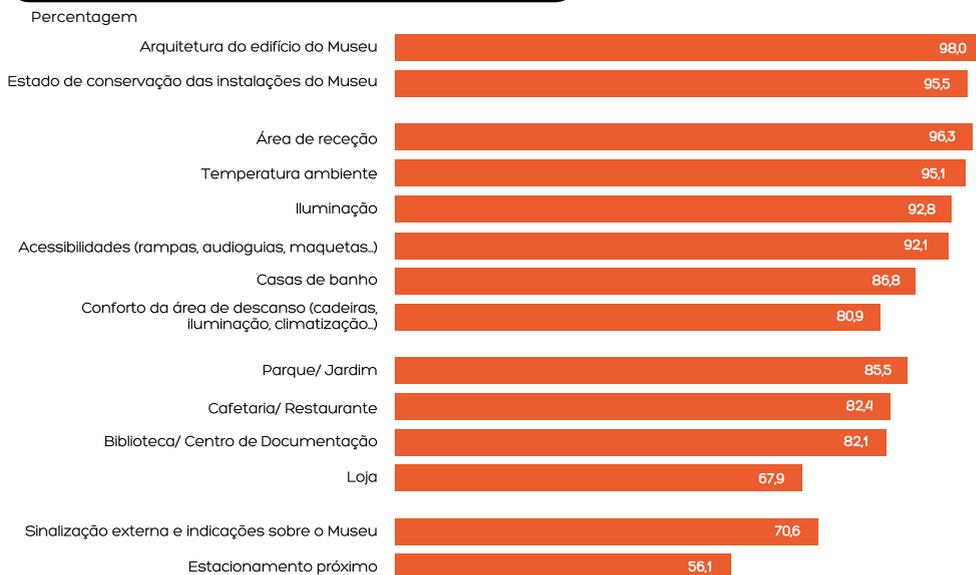
No que diz respeito à avaliação das instalações (edifício, apoios internos, serviços e apoios externos do Museu, apresentados de seguida de forma conjunta no gráfico 37), todos os itens registam valores satisfatórios e muito satisfatórios por parte de mais de metade dos públicos conhecedores/utilizadores, sendo que, com uma exceção (estacionamento próximo, com 56% e da loja com 68%) a generalidade dos itens situa-se acima dos 71% (percentagem atribuída à sinalização externa) e frequentemente recolhem níveis de satisfação próximos dos 100%. Apenas alguns exemplos: arquitetura do edifício do Museu (98%); área de receção (96%); estado de conservação das instalações (96%); acessibilidades (92%).



⁷ Deve ser tido em conta que no MNAC-MC se trata, em rigor, de exposições de média duração de núcleos da coleção.

GRÁFICO 37 - AVALIAÇÃO DAS INSTALAÇÕES: EDIFÍCIO, APOIOS

INTERNOS, SERVIÇOS E APOIOS EXTERNOS



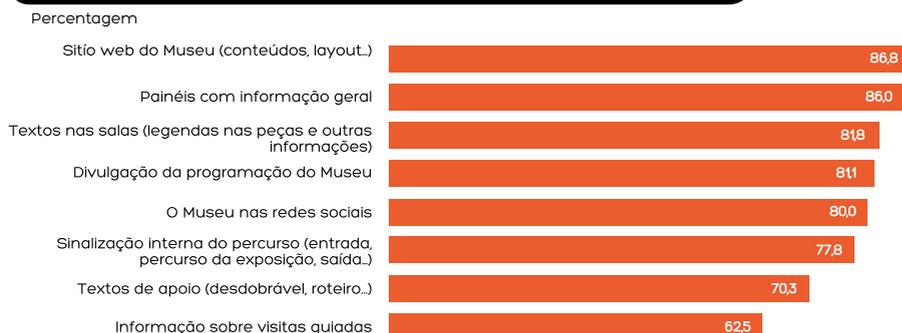
n = respostas válidas às opções de resposta excluindo não sabe/não se aplica.

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 87% (website do Museu) e 63% (informação sobre visitas guiadas).

GRÁFICO 38 - AVALIAÇÃO DOS SUPORTES INFORMATIVOS



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

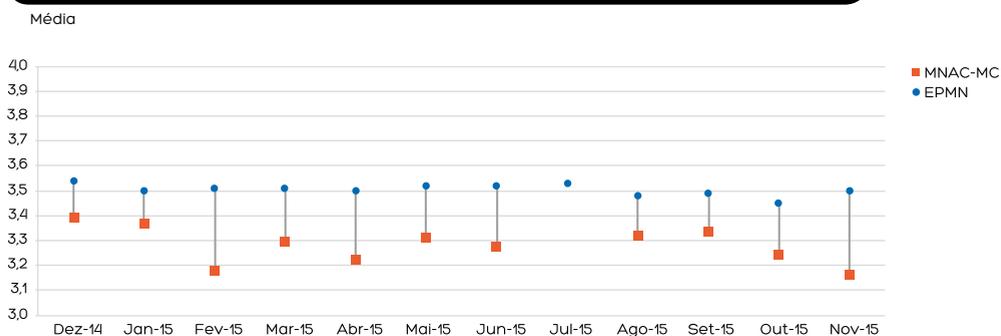
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

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

Ainda neste grupo, e no patamar mais elevado, situam-se também os painéis com informação geral (86%), os textos nas salas (82%), a divulgação da programação do Museu (81%) e as redes sociais (80%). Com avaliações intermédias - que aqui se situam nos 70% - estão a sinalização interna do percurso (78%) e os textos de apoio (70%). Note-se, a terminar a análise das avaliações, que este grupo dos suportes informativos é o que regista os níveis mais moderados de satisfação.

Procurando 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 da satisfação geral do MNAC-MC por mês sempre inferior aos valores médios registados no EPMN. Essa avaliação apresenta uma diferença mais dilatada nos meses de fevereiro e novembro de 2015.

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



n = MNAC-MC (1.142); EPMN (13.853).

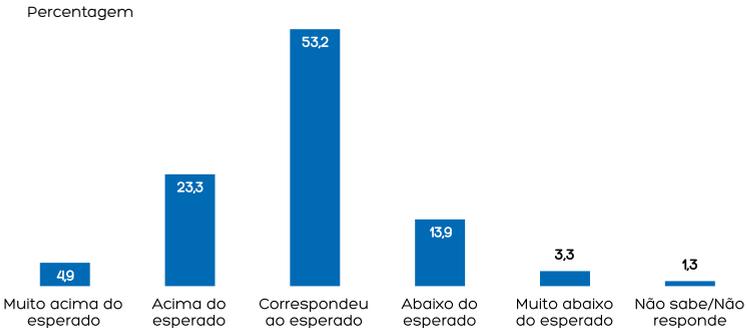
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Notas: a escala varia entre 1 (muito insatisfeito) e 4 (muito satisfeito); o Museu esteve encerrado no mês de julho e depois reabriu com a nova ala da Rua Capelo.

OPINIÃO FACE ÀS EXPECTATIVAS INICIAIS

Face às expectativas iniciais quanto aos conteúdos expositivos apenas 28% dos públicos expressa uma opinião positiva após ter realizado a visita. Em particular, 27% declara que as expectativas foram ultrapassadas e 5% refere que a experiência se revelou muito acima do esperado. Por outro lado, 53% confirmou as suas expectativas (gráfico 40).

GRÁFICO 40 - EXPECTATIVAS INICIAIS QUANTO AOS CONTEÚDOS EXPOSITIVOS



n = 1.142.
 Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Em comparação com os resultados globais do EPMN, os públicos do MNAC-MC expressam uma opinião de conformidade com as expectativas iniciais mais elevada em seis pontos percentuais (53% contra 47%).

Cruzando as expectativas iniciais quanto aos conteúdos expositivos com a nacionalidade dos públicos, verifica-se que para 46% do contingente de estrangeiros a visita encontrou correspondência com as expectativas, em comparação com 62% dos portugueses. Relativamente às outras categorias de classificação positiva, os portugueses registam percentagens mais elevadas (25%) no que respeita a expectativas acima do esperado, face a 22% de estrangeiros, mas, em relação às expectativas muito acima do esperado, os estrangeiros registam percentagens mais altas,



Viscondessa de Menezes - Visconde de Menezes, DGPC/MNAC-MC.

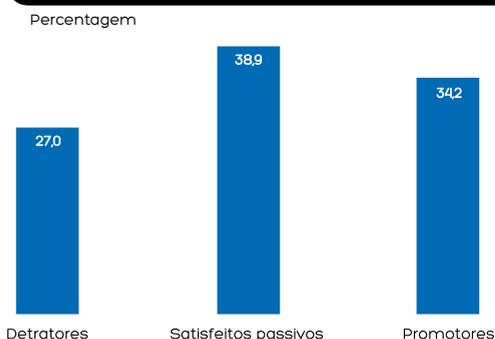
7% face aos 3% dos portugueses. No que toca às avaliações menos positivas, as outras nacionalidades registam também percentagens mais elevadas: 19% situa-se abaixo do esperado e 5% muito abaixo do esperado, face a 8% e 1%, respetivamente, dos nacionais.

RECOMENDAÇÃO DE VISITA

Contempladas as avaliações dos grupos de variáveis acima referidos (acolhimento e satisfação geral; atividades; edifício; apoios internos; serviços; apoios externos; e informação), 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 visitantes 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 MNAC-MC apresentam uma média bastante elevada, com 7,5.

A agregação das respostas quanto à recomendação de visita seguindo o indicador proposto por Reichheld (2003: 4-5) mostra que os públicos do MNAC-MC embora *satisfeitos*, permanecem *passivos* ao nível da recomendação da visita ao Museu, junto dos seus familiares, amigos ou conhecidos em 39% dos casos (gráfico 41). No entanto, 34% assumem-se como *promotores* da visita ao Museu, ao passo que 27% optam por não recomendar a visita (*detratores*).

GRÁFICO 41 - RECOMENDAÇÃO DE VISITA



n = 1142

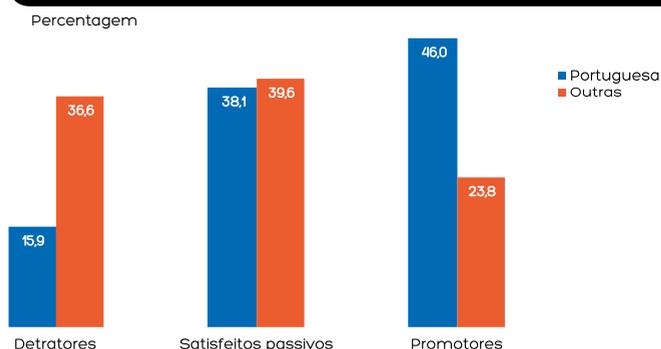
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

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 MNAC-MC são inferiores à média geral. A percentagem de *promotores líquidos* (que resulta da diferença entre *detratores* e *promotores*) no MNAC-MC (7%) é uma das mais baixas, a 30 pontos percentuais da média (37%).

Cruzando os níveis de recomendação pela nacionalidade (gráfico 42), pode afirmar-se que os portugueses apresentam uma predisposição para promover a visita ao MNAC-MC significativamente mais elevada (46%) do que os estrangeiros (24%). Por outro lado, há prevalência dos públicos estrangeiros entre os que se manifestam como *satisfeitos passivos* (40% contra 38% dos portugueses) e sobretudo - resultado talvez mais relevante - como *detratores* (37% contra 16%).

GRÁFICO 42 - RECOMENDAÇÃO DE VISITA POR NACIONALIDADE



n = portuguesa (533); outras (609).

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 MNAC-MC

Quanto à intenção de regressar ao Museu nos próximos 12 meses, 52% dos públicos responde negativamente. Pelo contrário, quase metade dos inquiridos expressa essa intenção (48%).

Numa análise segmentada por nacionalidade emerge uma diferença muito significativa no que toca às intenções de repetir a visita ao Museu. A intenção positiva é muito mais notória entre os portugueses (74%) do que entre os inquiridos de outras nacionalidades (26%), podendo estar associada à facilidade de regresso em virtude da proximidade geográfica. De facto, 74% dos estrangeiros declara não tencionar voltar a visitar o Museu, contra 27% dos portugueses.

Analisando com maior aprofundamento os motivos que podem estar na base de os inquiridos tencionarem regressar ao Museu (gráfico 43), a mais mencionada é visitar novas exposições (90%), o que confirma os dados relativos à satisfação geral com o Museu e com as coleções exibidas, uma vez que a segunda motivação mais citada é rever ou completar a visita realizada (28%).

GRÁFICO 43 - MOTIVOS PARA REGRESSAR AO MUSEU



n = 552

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

Nota: variável múltipla.

Outras atividades que despertam a motivação para o regresso são o evento Museus à noite (23%), conferências, colóquios, cursos (22%), eventos e atividades culturais como concertos de música e outros espetáculos, e teatro, dança/performance, cinema (20% e 17% respetivamente) e Dia Internacional dos Museus/ Noite dos Museus (16%).

As atividades dedicadas às crianças são fator de motivação para 5% dos inquiridos, tocando ainda assim uma parte muito significativa (69%) dos agregados familiares com crianças até aos 12 anos.

Na comparação com os resultados globais do EPMN a percentagem dos que referem como motivo novas exposições é muito significativa (90%), 25 pontos percentuais acima do EPMN que se situa em 65%.

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 MNAC-MC. Faz-se depois um exercício analítico, ainda quanto aos monumentos, palácios e museus da DGPC, numa dupla perspetiva: a dos públicos do MNAC-MC relativamente aos outros museus participantes; e a dos públicos dos outros relativamente ao MNAC-MC.

NOTORIEDADE E VISITA AOS MONUMENTOS, PALÁCIOS E MUSEUS DA DGPC

Passando de seguida a análise para os equipamentos culturais inquiriu-se os públicos do MNAC-MC quanto ao conhecimento e à frequência de visita ao conjunto dos monumentos, palácios e museus geridos pela DGPC.

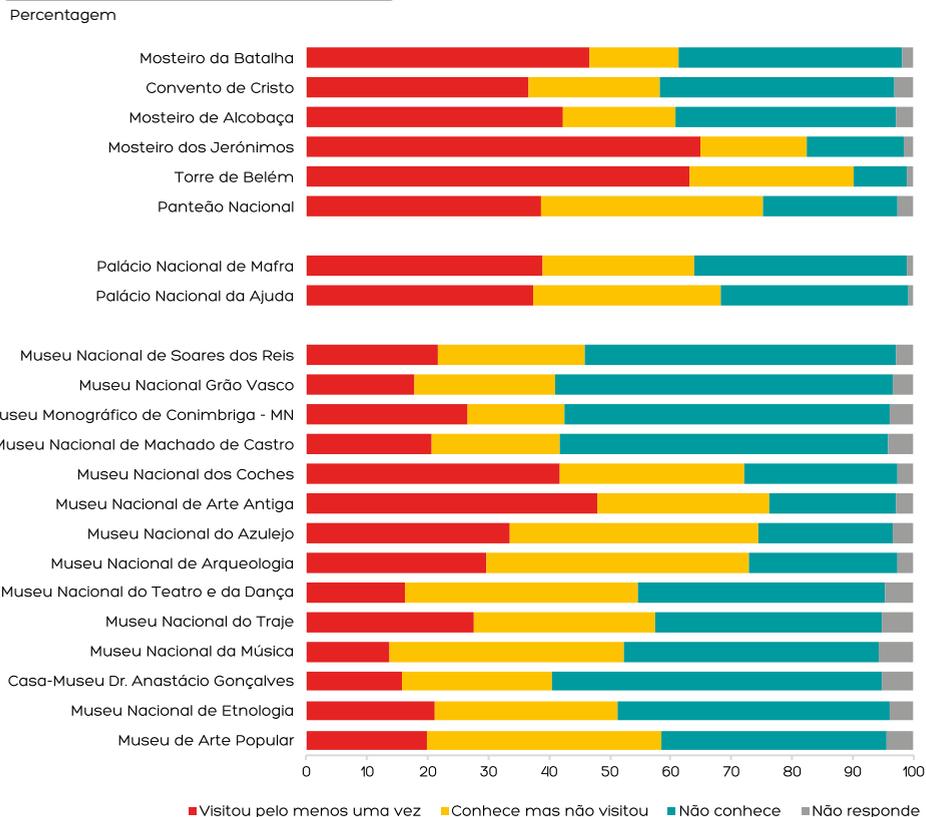
O gráfico 44 fornece uma leitura geral dos resultados obtidos, permitindo constatar que parte dos equipamentos (cinco num total de 22 equipamentos) apresentam percentagens elevadas (superiores a 50%) de não conhecimento entre os públicos do MNAC-MC.

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 o Museu Nacional Grão Vasco (56%), o Museu Nacional de Machado de Castro (54%), a Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves (54%), o Museu Monográfico de Conimbriga - MN (54%) e o Museu Nacional de Soares dos Reis (51%).



GRÁFICO 44 - NOTORIEDADE E VISITA AOS MONUMENTOS,

PALÁCIOS E MUSEUS DA DGPC



n = Monumentos (1097); Palácios (1088); Museus (1072).
 Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Parece ser notório o critério da localização geográfica e o da proximidade com o MNAC-MC, visto os equipamentos referidos como predominantemente não conhecidos estarem situados fora da cidade de Lisboa.

Em termos de equipamentos com um maior nível de conhecimento (mas que não se traduz necessariamente em visita) destacam-se, nos monumentos, o Panteão Nacional (37%) e, nos museus, o Museu Nacional de Arqueologia (43%), o Museu Nacional do Azulejo (41%), o Museu Nacional da Música e o Museu de Arte Popular (ambos com 39%).

No que toca à visita, os públicos do MNAC-MC salientam, entre os monumentos, o Mosteiro dos Jerónimos (65%) e a Torre de Belém (63%) como os mais



frequentados. Neste mesmo sentido, apontam também os museus nacionais de Arte Antiga e dos Coches (com 48% e 42%, respetivamente) e o Palácio Nacional de Mafra (39%). O Museu Nacional da Música (14%), a Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves e o Museu Nacional do Teatro e da Dança (ambos com 16%) são, entre os museus, os que têm a menor percentagem de frequência.

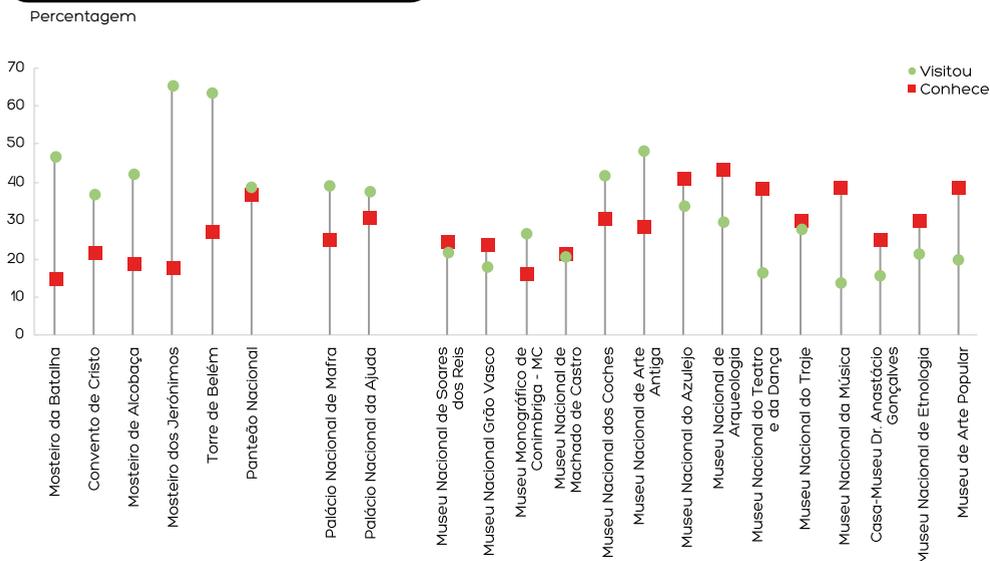
Pretendeu-se igualmente avaliar a relação entre a notoriedade e a visita aos monumentos, palácios e museus da DGPC a partir da perspetiva dos públicos do MNAC-MC. Assim, contemplando os níveis de notoriedade e a frequência de visita àqueles equipamentos culturais, constata-se que metade dos públicos do MNAC-MC refere como os monumentos mais visitados a Torre de Belém e o Mosteiro dos Jerónimos, que são também os que possuem maior notoriedade, como já referido anteriormente (gráfico 45). Para além destes, os outros dois casos em que a frequência da visita ultrapassa a da notoriedade são o Mosteiro da Batalha e o de Alcobaça.

Por outro lado, se as percentagens de conhecimento e de visita são relativamente equilibradas em quatro dos equipamentos - Panteão Nacional, Museu Nacional de Soares dos Reis, Museu Nacional de Machado de Castro e Museu Nacional do Traje para todos os restantes mencionados essa percentagem acentua os níveis de notoriedade face às das visitas realizadas. Encontram-se nesta posição o Museu Nacional da Música, Museu Nacional do Teatro e da Dança e o Museu de Arte Popular com uma diferença percentual acima dos dezoito pontos percentuais.

Ainda uma nota sobre o caso dos museus situados fora da cidade de Lisboa - Museu Nacional Grão Vasco, Museu Nacional de Machado de Castro, Museu Nacional de Soares dos Reis e Museu Monográfico de Conimbriga - MN, registam a relação mais próxima entre percentagens de grau de notoriedade e de visita.

GRÁFICO 45 - CONHECIMENTO E VISITA AOS MONUMENTOS,

PALÁCIOS E MUSEUS DA DGPC



n = monumentos (1097); palácios (1088); museus (1072).

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

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

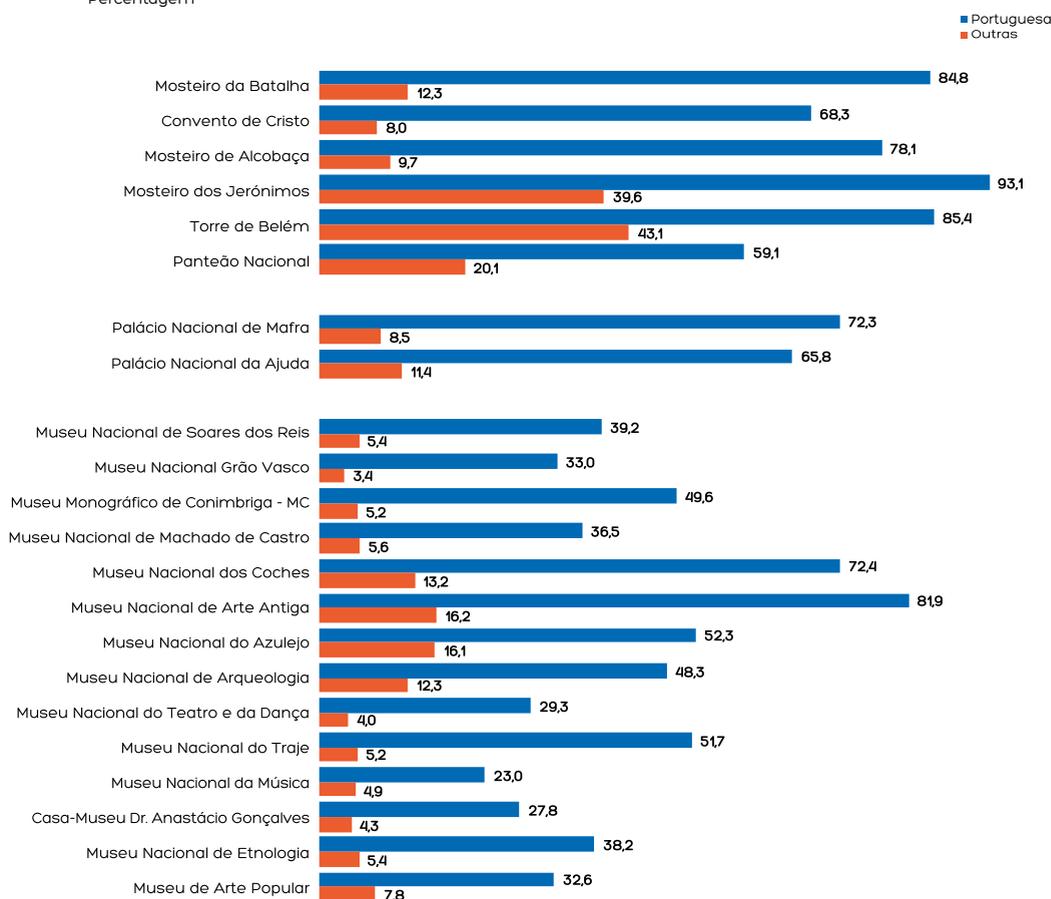
Em particular, salienta-se a larga maioria dos públicos portugueses do MNAC-MC que visitou, do lado dos monumentos, o Mosteiro dos Jerónimos (93%), Torre de Belém (85%) e Mosteiro da Batalha (85%); do lado dos palácios, o Palácio Nacional de Mafra (72%); e no que diz respeito aos museus, o Museu Nacional de Arte Antiga (82%) destaca-se como o mais mencionado, seguindo-se o Museu Nacional dos Coches (72%), o Museu do Azulejo e o Museu Nacional do Traje (ambos com 52%).

Em relação ao contingente dos estrangeiros, nos monumentos, há uma concentração de respostas nos dois situados em Belém - Torre de Belém (43%) e Mosteiro dos Jerónimos (40%). Nos palácios, o Palácio Nacional da Ajuda regista a percentagem mais alta com 11% de visita. Acrescenta-se que em todos os outros equipamentos as percentagens são inferiores a 20%. No caso da visita aos museus, em que as percentagens não ultrapassam os 16%, sendo os mais mencionados os museus nacionais de Arte Antiga, Azulejo (ambos com 16%) e Coches (13%).

GRÁFICO 46 - VISITA AOS MONUMENTOS, PALÁCIOS E MUSEUS

DA DGPC POR NACIONALIDADE

Percentagem



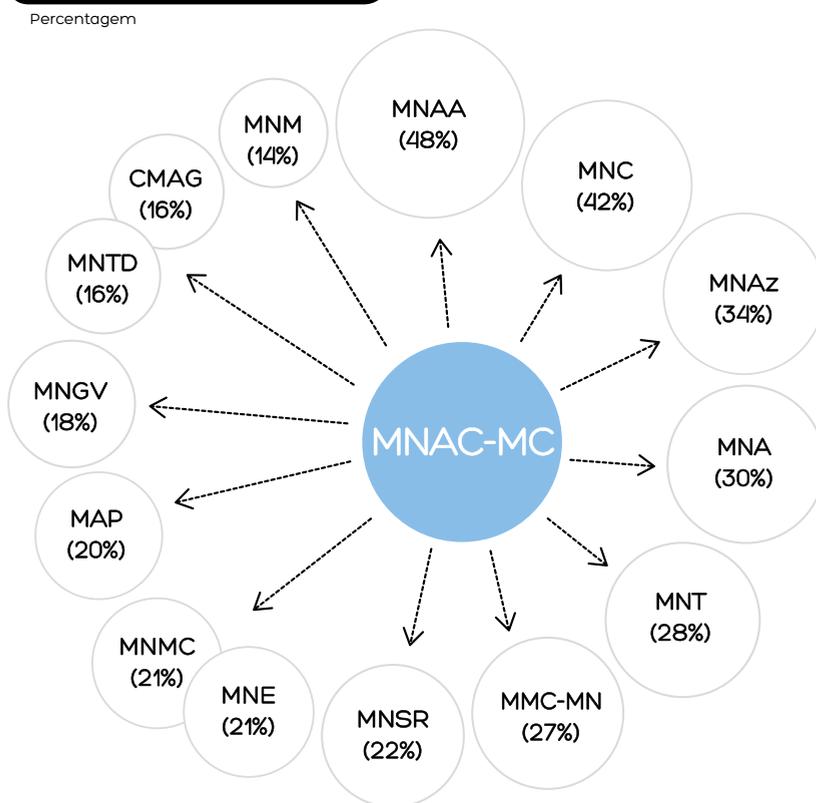
n = monumentos (1097); palácios (1088); museus (1072).
 Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Para analisar a relação entre a visita dos públicos ao MNAC-MC e destes públicos aos outros museus da DGPC, apresentam-se duas ilustrações⁸ 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 MNAC-MC (figura 4).

Tendo em conta os públicos do MNAC-MC, os museus que estes mais referem como já visitados são o MNAA (48%) e o MNC (42%), seguidos pelo MNAz (34%), MNA (30%), MNT (28%) e MMC-MN (27%). Ainda de acordo com a figura 3 nota-se que as percentagens de visita aos restantes museus variam entre 22% e 14%, o que não permite, contudo, extrapolar uma relação direta entre as preferências de visita e a proximidade geográfica.

FIGURA 3 - PÚBLICOS DO MNAC-MC QUE REFEREM TER VISITADO

OUTROS MUSEUS DA DGPC



n = 1072

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 MNAC-MC.

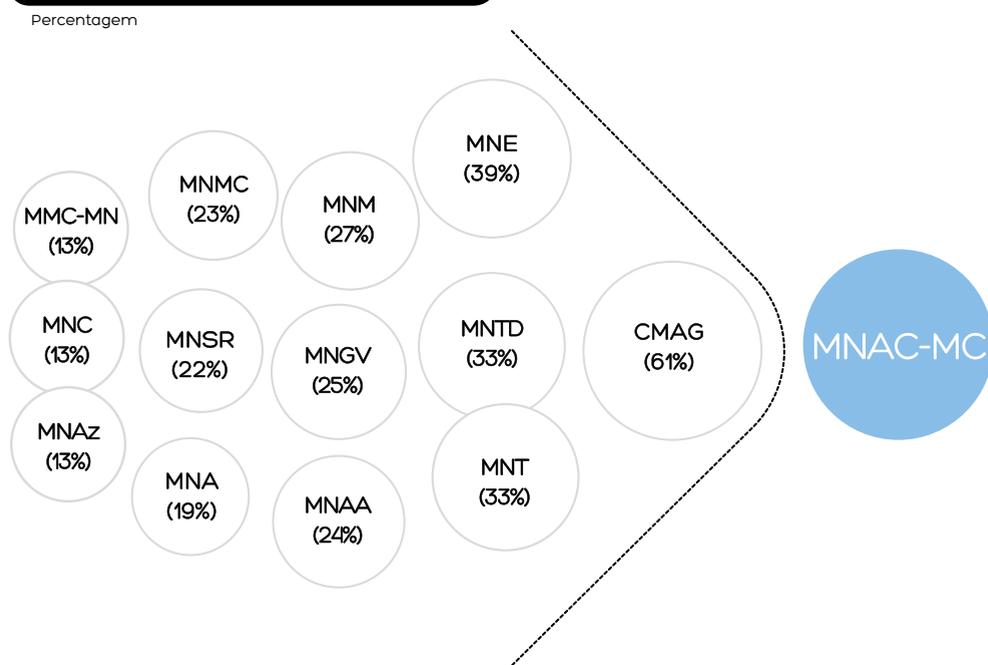
⁸ Indicadores construídos a partir de AAVV (2011: 216-222).

Quanto às referências ao MNAC-MC como museu visitado por parte dos públicos inquiridos nos restantes museus da DGPC participantes no estudo⁹, as percentagens registadas são, na generalidade, relativamente semelhantes se comparadas com as dos visitantes do próprio MNAC-MC.

Ainda assim, é possível ter uma noção aproximada quanto à relação de visita com o MNAC-MC por parte desses públicos (figura 4). Em concreto, esta visão externa permite apontar que o MNAC-MC é referido como tendo sido visitado preferencialmente pelos inquiridos da CMAG (61%), seguido dos do MNE (39%), MNTD (33%), MNT (33%), MNM (27%), MNGV (25%) e MNAA (24%).

Por outro lado, os públicos que revelam uma menor frequência do MNAC-MC encontram-se no MMC-MN (13%), MNC (13%) e MNAz (13%).

FIGURA 4 - PÚBLICOS DE OUTROS MUSEUS DA DGPC QUE REFEREM TER VISITADO O MNAC-MC



Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015

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

3.8. QUE POSICIONAMENTOS FACE À GRATUIDADE?

Como referido anteriormente, as questões relacionadas com a gratuitidade 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) a visita 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 que ele seja), 88% dos inquiridos procura inteirar-se sobre se está abrangido por algum tipo de desconto (gráfico 47).

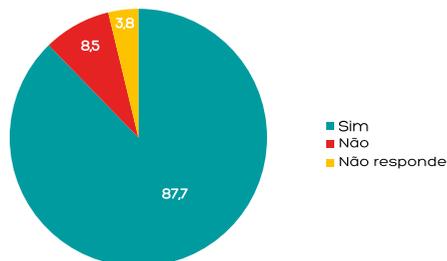


Monumento ao Prisioneiro Político Desconhecido - Jorge Vieira, DGPC/MNAC-MC.

GRÁFICO 47 - PROCURA DE INFORMAÇÃO SOBRE DESCONTOS

EM MUSEUS DE ENTRADA PAGA

Percentagem



n = 530.

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

Nota: públicos de nacionalidade portuguesa.

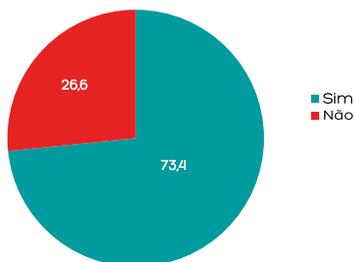
CONHECIMENTO DA GRATUIDADE

No que diz respeito especificamente à gratuitidade, mais de dois terços dos inquiridos afirmam ter conhecimento de que a entrada nos museus dependentes da DGPC é gratuita no primeiro domingo de cada mês (gráfico 48), valor superior à média do EPMN (73% face a 68% do EPMN).

GRÁFICO 48 - CONHECIMENTO DA ENTRADA GRATUITA NO PRIMEIRO

DOMINGO DE CADA MÊS

Percentagem



n = 530.

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

Nota: públicos de nacionalidade portuguesa.

No que toca à posição face ao período de gratuitidade, metade dos públicos não planeia visitas para estes períodos, visita quando deseja, em contraposição com 37% que planeiam as suas visitas para este período (gráfico 49). Estas são as duas posições mais assinaladas. As demais situam-se em patamares significativamente mais baixos: 10% dos públicos não planeiam a visita para estes períodos por estar abrangidos por outras isenções ou descontos, 9% planeia as suas visitas para este período apenas quando visitam com amigos e família. Os que preferem visitar noutros períodos (7%) e os que os evitam (2%) são claramente minoritários.

GRÁFICO 49 - POSIÇÃO FACE AO PERÍODO DE GRATUIDADE

Percentagem



n = 389.

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

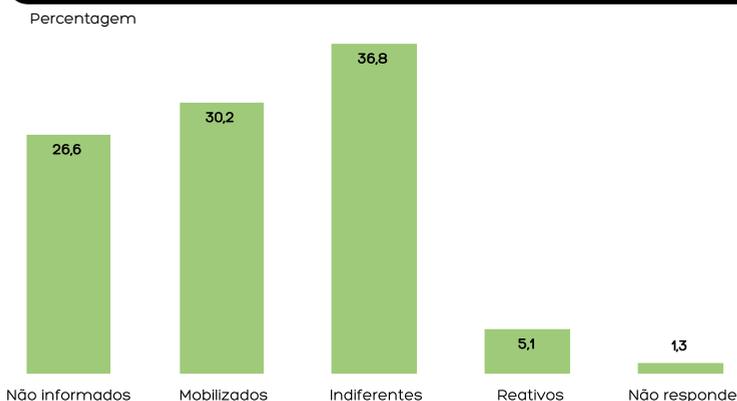
Nota: públicos de nacionalidade portuguesa. Variável múltipla.

Na comparação com os resultados globais, a percentagem dos públicos do MNAC-MC que planeiam a sua visita para este período específico de entrada gratuita é equivalente, ambos situados nos 37%.

O recurso a um outro indicador agregado (Eidelman e Céroux, 2009) que visa igualmente aferir a relação dos públicos com a gratuitidade (gráfico 50) mostra que o tipo que mais sobressai é o dos indiferentes (37%), ou seja, mais de um terço dos públicos manifesta indiferença quanto à existência de um dia específico no mês em que a entrada no Museu é gratuita, não planeando a visita para esse dia, eventualmente porque está abrangido por outras isenções ou descontos, a que se seguem os mobilizados, com apenas menos sete pontos percentuais (30%), tipo que corresponde aos públicos que optam por planear as suas visitas para o primeiro domingo de cada mês.

Um quarto dos inquiridos do MNAC-MC situa-se no tipo não informados (27%), ou seja, manifesta desconhecimento da existência de um dia específico no mês em que a entrada nos museus nacionais da DGPC é gratuita, e 5% no tipo reativos, que agrega aqueles que procuram evitar esse dia específico, preferindo, portanto, outros períodos.

GRÁFICO 50 - TIPOLOGIA DE RELAÇÃO COM A GRATUIDADE



n = 530.

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

Nota: públicos de nacionalidade portuguesa.

De acordo com a tipologia de relação com a gratuitidade, os públicos do MNAC-MC mostram-se mais indiferentes quanto a esta medida a sete pontos percentuais da média do estudo (37% contra 30%).

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 que levam à realização da visita a museus solicitou-se aos públicos que classificassem um conjunto de nove fatores de acordo com o seu grau de importância atribuído. O gráfico 51 retrata, através da média das respostas obtidas, a classificação das motivações, onde se observa que o gosto pela arte e como fonte de inspiração e prazer são as que recolhem as preferências mais elevadas (5,9 e 5,6 respetivamente).

GRÁFICO 51 - MOTIVAÇÕES PARA VISITAR MUSEUS

Média



n = 1.122.

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

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

Ainda neste patamar de maior importância situam-se os motivos aprendizagem, compreender a diversidade cultural, a presença de uma importante exposição e ser fonte de informação sobre assuntos do passado e do presente, todos acima de 5,2. Valoriza-se, portanto, as vertentes informativa, educativa e entretenimento. Melhorar o auto-conhecimento recolhe uma média 4,6, ao passo que as restantes duas motivações (favorecer sentimentos de identidade e lembrar outros tempos) são valorizadas, ainda assim, com médias acima de 4.

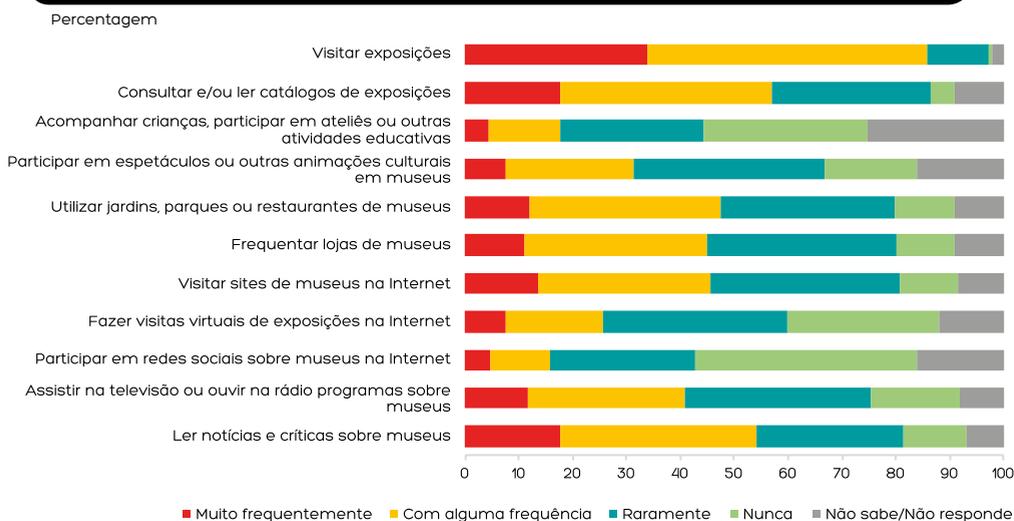
Em comparação com os resultados globais do EPMN, no MNAC-MC as motivações para visitar museus registam valores de adesão em geral ligeiramente mais baixos, com exceção de ser fonte de inspiração e presença de uma importante exposição (mais elevadas) e o gosto pela arte (médias similares).

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 de atividades propostas, as respostas dos inquiridos se distribuem entre duas opções: com alguma frequência e raramente (gráfico 52). No conjunto das atividades destacam-se as relativas às exposições (visita, leitura de catálogos, notícias e críticas), à utilização de jardins, parques ou restaurantes de museus e às lojas dos museus como as mais realizadas.

GRÁFICO 52 - FREQUÊNCIA DE ATIVIDADES RELACIONADAS COM MUSEUS



n = 1098.

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

Por outro lado, as atividades que registam as mais significativas percentagens de não realização estão relacionadas com práticas e consumo de média digitais, como no caso da participação em redes sociais sobre museus (41%), com atividades paralelas à visita às exposições, nomeadamente no caso

de acompanhamento de crianças - públicos que John Falk designa por *facilitadores* (2013: 117) - participar em ateliês ou outras atividades educativas (31%), realizar visitas virtuais de exposições na internet (28%) e participar em espetáculos, ou outras animações culturais em museus (17%).

O ponto de vista analítico que destaca a realização das diversas atividades é mais visível no gráfico 53. Do total das 11 propostas, evidencia-se claramente visitar exposições (86%).



GRÁFICO 53 - ATIVIDADES RELACIONADAS COM MUSEUS

Percentagem



n = 1098.

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.

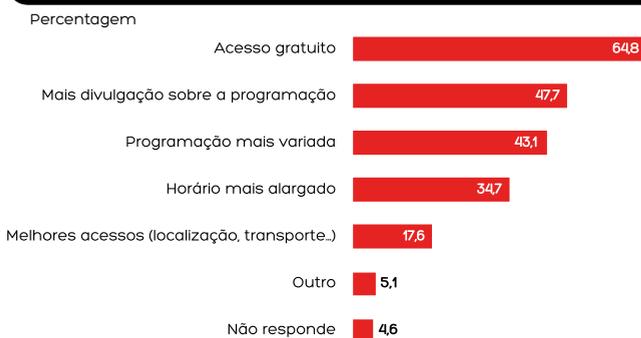
Ainda assim, 57% dos públicos refere consultar e/ou ler catálogos de exposições, 54% ler notícias e críticas sobre museus, enquanto 48% utiliza os jardins, parques ou restaurantes, 46% consulta informações através dos sites internet dos próprios museus e 45% frequenta lojas de museus. Assistir na televisão ou ouvir na rádio programas sobre museus são praticadas por 41% dos inquiridos. Refira-se ainda que participar em espetáculos, ou outras animações culturais em museus são realizadas por 31% e que fazer visitas virtuais são realizadas por 26% dos públicos, somente 16% participa em redes sociais sobre o Museu.

Quanto às práticas relacionadas com museus, em comparação com os resultados globais do EPMN os do MNAC-MC seguem em geral a mesma hierarquia de preferências, com valores muito semelhantes, com duas exceções: nas visitas a exposições, os resultados do MNAC-MC são cinco pontos percentuais mais elevados que os do EPMN, enquanto acompanhar crianças e participar em ateliês ou outras atividades educativas situam-se cinco pontos abaixo.

MOTIVOS PARA VISITAR MAIS MUSEUS

Quanto aos motivos para visitar mais museus, o mais referido (65%) é o que diz respeito à existência de acesso gratuito (gráfico 54). Acrescenta-se que 48% dos públicos menciona como fator motivador uma maior divulgação sobre a programação e 43% refere a programação mais variada. Note-se que 35% dos públicos (um valor relevante) salienta o horário mais alargado como motivação para visitar mais museus. O outro aspeto a considerar ainda com alguma atenção é o dos melhores acessos (18%).

GRÁFICO 54 - MOTIVOS PARA VISITAR MAIS MUSEUS



n = 1142

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

Nota: variável múltipla.

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 conhecer os hábitos de fruição das diversas atividades culturais (Eurobarómetro, 2013) realizadas pelos públicos do MNAC-MC. A referência é a realização pelo menos uma vez nos últimos 12 meses e consideram-se nove

atividades, duas relacionadas com práticas domésticas (nomeadamente as práticas de leitura) e as restantes sete com práticas de saída.

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

GRÁFICO 55 - PRÁTICAS CULTURAIS

Percentagem



n = 1077.

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

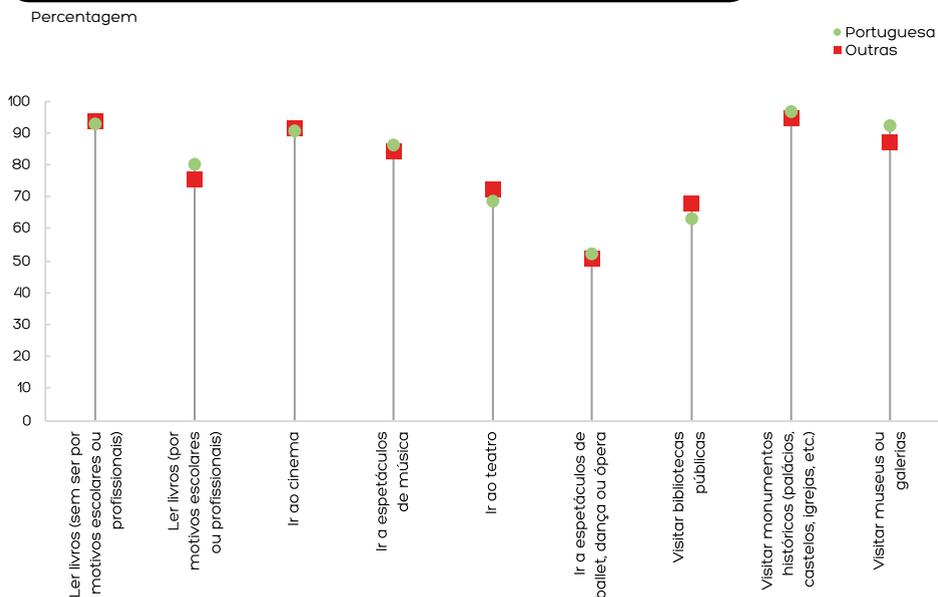
Nota: a escala varia entre mais de 6 vezes, 3-5 vezes, 1-2 vezes e não nos últimos 12 meses (período de referência). As percentagens resultam da soma das respostas mais de 6 vezes, 3-5 vezes e 1-2 vezes.

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 (93%), ir ao cinema (91%) e a visita a museus ou galerias (90%). Quanto às demais práticas, 85% dos públicos refere ir a espetáculos de música, 78% ler livros por motivos escolares e 71% frequentar teatros.

Em percentagens inferiores, mas sempre muito significativas em relação ao total dos inquiridos do MNAC-MC, encontram-se os públicos que visitam as bibliotecas públicas (66%) e os que assistem a espetáculos de dança, ballet ou ópera (51%).

Passando à caracterização da frequência das práticas culturais considerando a nacionalidade dos públicos nota-se que são semelhantes em ambos os contingentes. Importa evidenciar que, em 4 das 9 práticas, os níveis entre portugueses e estrangeiros se distanciam ligeiramente, em particular quanto às práticas de visita a museus ou galerias, e à leitura por motivos escolares ou profissionais (gráfico 56).

GRÁFICO 56 - PRÁTICAS CULTURAIS POR NACIONALIDADE



n = portuguesa (517); outras (560).

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

Nota: 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 na visita a monumentos históricos (95%), ir ao cinema (91%) e visitar museus ou galerias (87%). O contingente português ultrapassa em dois pontos percentuais o dos estrangeiros, nas visitas a monumentos históricos, e em seis pontos nas visitas a museus ou galerias.

Em comparação com os resultados globais do EPMN, os do MNAC-MC são equivalentes uma vez que, naqueles, excetuando ler livros, a ida ao teatro, a visita a bibliotecas públicas e a museus ou galerias os níveis dos públicos são semelhantes.

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 MNAC-MC, 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 (89%) declara praticar pelo menos uma vez (no período de referência, os últimos 12 meses). Acresce que, destes, mais de metade declara um nível de assiduidade (mais de seis visitas) relativamente elevado (54%). Saliente-se que apenas 6% dos públicos visitavam pela primeira vez (no período de referência) um museu no momento da resposta ao inquirido.

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 2.277 respostas (das quais 42% de públicos nacionais) que mencionaram 731 museus e outros equipamentos do património cultural localizados em 58 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 MNAC-MC

Percentagem

Nome	Cidade	País	%
Museu Nacional de Arte Antiga	Lisboa	Portugal	4,7
Musée du Louvre	Paris	França	4,6
Museu Calouste Gulbenkian	Lisboa	Portugal	4,1
Museu Nacional del Prado	Madrid	Espanha	3,5
Museu Coleção Berardo	Lisboa	Portugal	2,7
Musée d'Orsay	Paris	França	2,6
Museu de Serralves	Porto	Portugal	1,9
Tate Modern	Londres	Inglaterra	1,8
Museu Nacional Centro de Arte Reina Sofia	Madrid	Espanha	1,8
Centre Pompidou	Paris	França	1,8
The Museum of Modern Art (MoMA)	Nova Iorque	Estados Unidos	1,5
		Soma	30,9
BASE: RESPOSTAS OBTIDAS			1.949

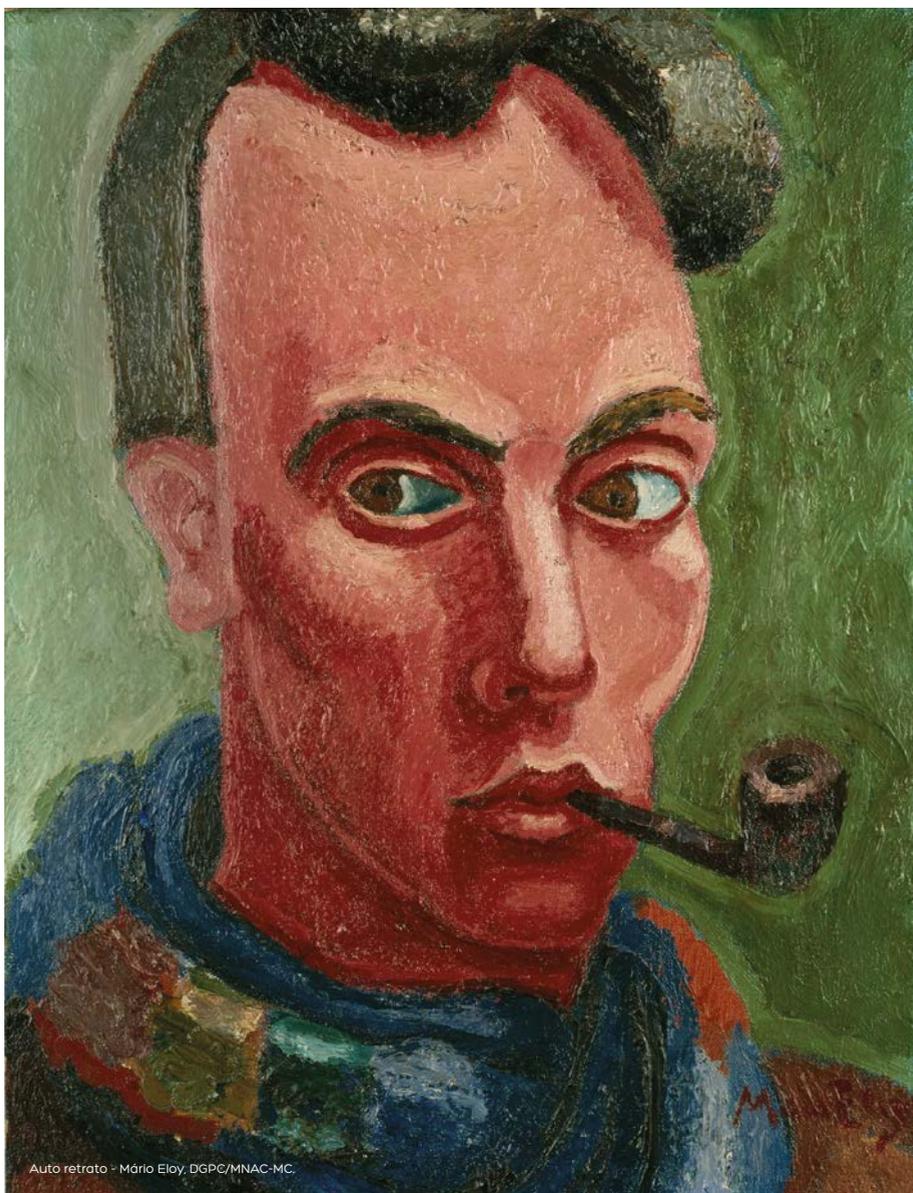
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Os museus mencionados no quadro anterior representam 31% do total de respostas e incluem algumas das principais entidades museológicas de arte do mundo, de seis cidades de cinco países. Os quatro museus com maior expressão são o Museu Nacional de Arte Antiga e o Musée du Louvre (os mais citados, 5% em ambos), o Museu Calouste Gulbenkian (4%) o Museo Nacional del Prado (4%).

No que toca à localização geográfica, é em Portugal que se situa o maior número de museus referenciados (três casos em Lisboa e um no Porto). Entre os localizados no estrangeiro sobressaem os situados em França (três

em Paris) e Espanha (dois em Madrid). Nota-se ainda a referência à Inglaterra (Londres) e a um museu de fora da Europa, nos Estados Unidos (Nova Iorque).

Com o intuito de se averiguar possíveis diferenças das respostas entre os contingentes portugueses e estrangeiros procedeu-se à ventilação pela nacionalidade. Começando pelos públicos nacionais (quadro 13), entre os mais referidos estão dois museus portugueses - de Arte Antiga (8%) e o Museu Calouste Gulbenkian (6%) - e um francês, o Musée du Louvre (5%). Da leitura do quadro sobressai ainda a prevalência da visita a vários museus localizados em Portugal, com destaque de novo para os situados em Lisboa, que incluem, para além dos dois atrás mencionados, Museu Coleção Berardo (4%), acompanhada ao nível internacional pelas visitas ao Museu Nacional del Prado em Madrid (4%).



Auto-retrato - Mário Eloy, DGPC/MNAC-MC.

QUADRO 13 - MUSEUS MAIS REFERIDOS PELOS PÚBLICOS NACIONAIS

Percentagem

Nome	Cidade	País	%
Museu Nacional de Arte Antiga	Lisboa	Portugal	7,8
Museu Calouste Gulbenkian	Lisboa	Portugal	6,0
Musée du Louvre	Paris	França	4,8
Museo Nacional del Prado	Madrid	Espanha	4,3
Museu Coleção Berardo	Lisboa	Portugal	3,6
Museu de Serralves	Porto	Portugal	3,0
Musée d'Orsay	Paris	França	2,7
Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía	Madrid	Espanha	2,3
Soma			345
BASE: RESPOSTAS OBTIDAS			1.074

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

Relativamente aos museus mais referidos por parte dos públicos de nacionalidade estrangeira (quadro 14), sobressaem os museus localizados em França com destaque para o Musée du Louvre (4%), o Centre Pompidou e o Musée d'Orsay e o espanhol Museo Nacional del Prado (todos respetivamente totalizando 3% das respostas obtidas).

QUADRO 14 - MUSEUS MAIS REFERIDOS PELOS PÚBLICOS ESTRANGEIROS

Percentagem

Nome	Cidade	País	%
Musée du Louvre	Paris	França	4,3
Centre Pompidou	Paris	França	2,9
Musée d'Orsay	Paris	França	2,5
Museo Nacional del Prado	Madrid	Espanha	2,5
Tate Modern	Londres	Inglaterra	1,8
Grand Palais	Paris	França	1,7
The British Museum	Londres	Inglaterra	1,7
Museu Calouste Gulbenkian	Lisboa	Portugal	1,7
Museu Coleção Berardo	Lisboa	Portugal	1,5
The Museum of Modern Art (MoMA)	Nova Iorque	Estados Unidos	1,5
The National Gallery	Londres	Inglaterra	1,3
Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía	Madrid	Espanha	1,1
Rijksmuseum	Amesterdão	Países Baixos	1,1
Soma			25,7
BASE: RESPOSTAS OBTIDAS			875

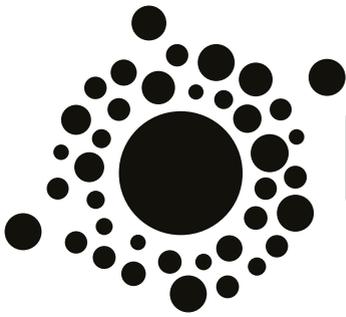
Fonte: DGPC/CIES-IUL, EPMN, 2015.

Quanto aos museus localizados em Portugal os inquiridos estrangeiros destacam dois: o Museu Calouste Gulbenkian e o Museu Coleção Berardo (ambos com 2%).



AS OPINIÕES E SUGESTÕES

4.1. Elogios e manifestações de agrado	99
4.2. Críticas e descontentamento	100
4.3. Edifício/imóvel	102
4.4. Museografia	104
4.5. Interação no museu	113
4.6. Internet e redes sociais	114
4.7. Sinalização urbana	114
4.8. Horários e tarifas	115
4.9. Serviços	118
4.10. Pessoal	121
4.11. Publicidade/promoção/divulgação	123
4.12. Apoio à visita	125
4.13. Conforto e acessibilidade	126
4.14. Sinalética	127
4.15. Tradução	129
4.16. Textos de apoio	130
4.17. Iluminação	133
4.18. Outros	134



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 dos públicos 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 frase¹⁰. 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 MNAC-MC, o processo de codificação das opiniões e sugestões dos seus públicos teve por base 465 respostas o que corresponde a 41% da amostra. O perfil social predominante dos inquiridos que deixaram opiniões e sugestões não se diferencia significativamente do perfil dos públicos da MNAC-MC anteriormente traçado quanto à qualificação escolar e socioprofissional. Porém, acentua-se ligeiramente a resposta por parte de públicos portugueses (48% na resposta às sugestões contra 47% na amostra), dos que têm mais de 45 anos (a média de idades é 42 anos quando no conjunto da amostra é 40 anos), e nos homens (47% contra 44% na amostra), bem como entre os licenciados (40% contra 38%). Acrescente-se ainda que são sobretudo os públicos com práticas assíduas¹¹ de visita a museus que mais contribuem com opiniões e sugestões (55% contra 51% na amostra).

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

¹⁰ 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.

¹¹ 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	117
Críticas e descontentamento	22
Edifício/imóvel	39
Museografia	203
Interação no museu	6
Internet e redes sociais	5
Sinalização urbana	17
Horários e tarifas	34
Serviços	46
Pessoal	24
Publicidade/promoção/divulgação	22
Apoio à visita	18
Conforto e acessibilidade	31
Sinalética	28
Tradução	21
Textos de apoio	59
Iluminação	18
Outros	17
Total de respostas (n)	465

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 Museu¹² são globalmente de sentido positivo. É sobre a museografia que recai a parte mais significativa dos comentários. Os outros temas, mais ou menos expressivos do ponto de vista quantitativo, são igualmente relevantes e mostram um olhar atento e crítico por parte dos públicos.

4.1. ELOGIOS E MANIFESTAÇÕES DE AGRADO

Do conjunto de opiniões recolhidas, uma parte substancial reflete avaliações positivas sobre a experiência de visita ao MNAC-MC.

Tudo sobre o Museu Nacional de arte contemporânea está bom. Gosto muito.

[#35524, nov/15, mulher, 20 anos, chinesa, estudante, visitante assíduo de museus]

Todo perfecto, gracias!!

[#10254, mar/15, homem, 55 anos, espanhol, pintor, visitante assíduo de museus]

Very very good and nice museum!

[#16381, jun/15, homem, 47 anos, italiano, tutor, visitante assíduo de museus]

Gostei. Continuem a agradecer ao público. Obrigado

[#658, dez/14, homem, 64 anos, português, empresário comercial, visitante assíduo de museus]

Os comentários marcadamente positivos dos públicos nacionais e estrangeiros mencionam diferentes aspetos entre os quais se destacam os conteúdos expositivos e o acolhimento por parte do pessoal do Museu.

very nice, quiet clean, staff attentive.

[#7882, mar/15, mulher, 30 anos, espanhola, gestora, visitante assíduo de museus]

Un musée intéressant, j'aime découvrir d'autres cultures et j'ai pu ainsi découvrir ici l'art portugais.

[#12643, abr/15, mulher, 27 anos, francesa, professora de literatura, visitante frequente de museus]

Os públicos apreciam positivamente os conteúdos das exposições visitadas, mencionando com alguma frequência algumas delas como exemplo do trabalho que gostariam de ver continuado no MNAC-MC.

Excelente. Exposição muito boa

[#33356, nov/15, mulher, 54 anos, portuguesa, decoradora, visitante assíduo de museus]

Continuez à proposer des expos temporaires de cette qualité

[#32061, out/15, homem, 49 anos, francês, diretor de colégio, visitante assíduo de museus]

Lopes exhibition was very good. (..)

[#33487, nov/15, mulher, 75 anos, americana, professora, visitante assíduo de museus]

Em alguns casos o agrado pela visita é elevado sendo o Museu valorizado pela sua vertente de divulgação da cultura nacional e valorização do património artístico português.

Adorei a exposição de fotografia. Parabéns pelas exposições e salvem a cultura portuguesa.

[#14796, mai/15, mulher, 41 anos, portuguesa, cientista, visitante assíduo de museus]

Excellent museum. Provided a clear insight into the work of Portuguese artists presently unknown to me.

[#8366, mar/15, homem, 74 anos, inglês, professor universitário reformado, visitante frequente de museus]

This is my first long visit to Lisbon. I knew next to nothing about contemporary Portuguese art and feel I know a bit more now I was very touched by some of the paintings and spent time looking deeply into them. (..)

[#10329, mar/15, mulher, 55 anos, grega, professora de yoga, visitante assíduo de museus]

Outros comentários evidenciam uma clara satisfação pela visita e manifestam intenção de a repetir.

Foi uma visita agradável, como tem vindo a ser habitual neste museu.

[#5710, fev/15, homem, 20 anos, português, estudante, visitante assíduo de museus]

(..) Gosto deste museu, vou voltar pela próxima exposição com certeza

[#3743, jan/15, mulher, 25 anos, francesa, desempregada, visitante assíduo de museus]

(..) voltarei sempre ao museu, para mim é fundamental um bom museu de arte contemporânea com exposições representativas dos nossos artistas contemporâneos já consagrados, mas também dos novos artistas.

[#30142, out/15, mulher, 51 anos, portuguesa, geneticista, visitante assíduo de museus]

4.2. CRÍTICAS E DESCONTENTAMENTO

Os poucos comentários que evidenciam claro desagrado ou descontentamento com a visita referem-se sobretudo ao pouco cuidado do MNAC-MN na relação com os públicos, designadamente às exposições temporárias fechadas no momento da visita e ao horário de funcionamento da loja, não coincidente com o do Museu.



Visita Guiada, DGPC/MNAC-MC

Très déçu que seule l'expo permanente soit visible: Les deux sales d'expo temporaire sont fermées.

[#12677, abr/15, homem, 53 anos, francês, psiquiatra, visitante frequente de museus]

Do not close all the (temporary) exhibitions at the same time. Now the exhibitions at 1st, 2nd and 4th floor were closed. Quite unsatisfying.

[#13067, abr/15, homem, 27 anos, holandês, coordenador de projeto, visitante assíduo de museus]

C'est dommage que la boutique soit fermée entre midi

[#3943, jan/15, mulher, 31 anos, francesa, psicóloga, visitante assíduo de museus]

Em alguns comentários estabelecem-se comparações com anteriores experiências de visita ao MNAC-MC evidenciando aspetos relacionados com o conteúdo expositivo.

Tendo visitado o Museu do Chiado anteriormente, há já bastantes anos, fiquei bastante desiludida com a actual visita. De facto, parte muito importante das obras que constituíam o museu anteriormente desapareceram. A exposição está assim muito desfalcada faltando-lhe muitas das peças que lhe davam significado e interesse.

[#3998, jan/15, mulher, 61 anos, portuguesa, engenheira informática, visitante assíduo de museus]

4.3. EDIFÍCIO/IMÓVEL

Os comentários sobre o edifício do Museu valorizam sobretudo as mais recentes obras de requalificação arquitetónica.

lovely building

[#1390, dez/14, mulher, 58 anos, americana, médica, visitante assíduo de museus]

Great architecture (..)

[#29127, set/15, mulher, 24 anos, alemã, estudante, visitante frequente de museus]

(..) The building is very nicely and well restuctured.

[#27900, set/15, mulher, 64 anos, alemã, arquiteta, visitante assíduo de museus]

Mas apesar dos elogios à qualidade do projeto de requalificação arquitetónica, várias opiniões manifestam preocupação e consternação perante o estado de conservação do edifício. Apela-se à rápida resolução de problemas de humidade nas paredes do edifício uma vez que podem pôr em causa a conservação de peças do acervo.

Reparação urgente da parede cheia de salitre quando se vai para a exposição de fotografia. (..)

[#13470, mai/15, mulher, 57 anos, portuguesa, intérprete de conferência, visitante assíduo de museus]

Espero que possam resolver problemas de infiltração de humidade e aumentar obras de conservação e manutenção (..)

[#1181, dez/14, mulher, 50 anos, portuguesa, jornalista, visitante assíduo de museus]

Too humid for protection of art work. (..)

[#33646, nov/15, mulher, 68 anos, americana, reformada, visitante assíduo de museus]

problème d'odeur dans la salle cinéma

[#12065, abr/15, mulher, 46 anos, francesa, professora, -]

Sobre o MNAC: - O Edifício não é convidativo e encontra-se com muitas infiltrações, - As obras, para um museu Nacional, são escassas e na maioria a tinta nas telas está a estalar. Necessária uma acção rápida de restauro; (..)

[#11223, abr/15, homem, 36 anos, português, artista plástico e produtor cultural, visitante assíduo de museus]

Ainda sobre o edifício, vários comentários sugerem a criação de uma ligação interior entre as duas alas do Museu, inexistente na altura em que os públicos foram inquiridos.

Com a nova expansão do museu creio que devia haver uma conexão entre os dois espaços.

[#32437, out/15, homem, 21 anos, português, estudante, visitante assíduo de museus]

(..) O único senão é o museu estar dividido em dois edifícios, e os mesmos não terem ligação. (..)

[#27025, set/15, homem, 20 anos, português, estudante, -]

Existência de Ligação interior entre os dois edifícios do museu. (..)

[#31128, out/15, mulher, 42 anos, portuguesa, professora, visitante frequente de museus]

A disponibilização de informação mais detalhada sobre o(s) edifício(s) onde o MNAC está instalado, designadamente a história da sua construção/ recuperação, usos e funções dos diversos espaços, é outro aspeto focado pelos públicos.

Melhorar a história da ocupação e consequentes modificações arquitectónicas do espaço, tornando também esse um aspecto cultural e museológico na visita.

[#31152, out/15, mulher, 59 anos, portuguesa, médica, visitante assíduo de museus]

Muestra la historia del edificio de modo más accesible

[#27324, set/15, mulher, 34 anos, espanhola, cientista, visitante assíduo de museus]

Outro aspeto focado pelos públicos é a necessidade de valorização do espaço do jardim no sentido de o promover, melhorar e tornar acessível através do exterior.

(..) Your garden is wonderful - do more with it (albeit difficult in December). (..)

[#2042, dez/14, homem, 42 anos, alemão, consultor/advogado, visitante assíduo de museus]

Pas vu qu'il y a un jardin, juste vu cafeteria

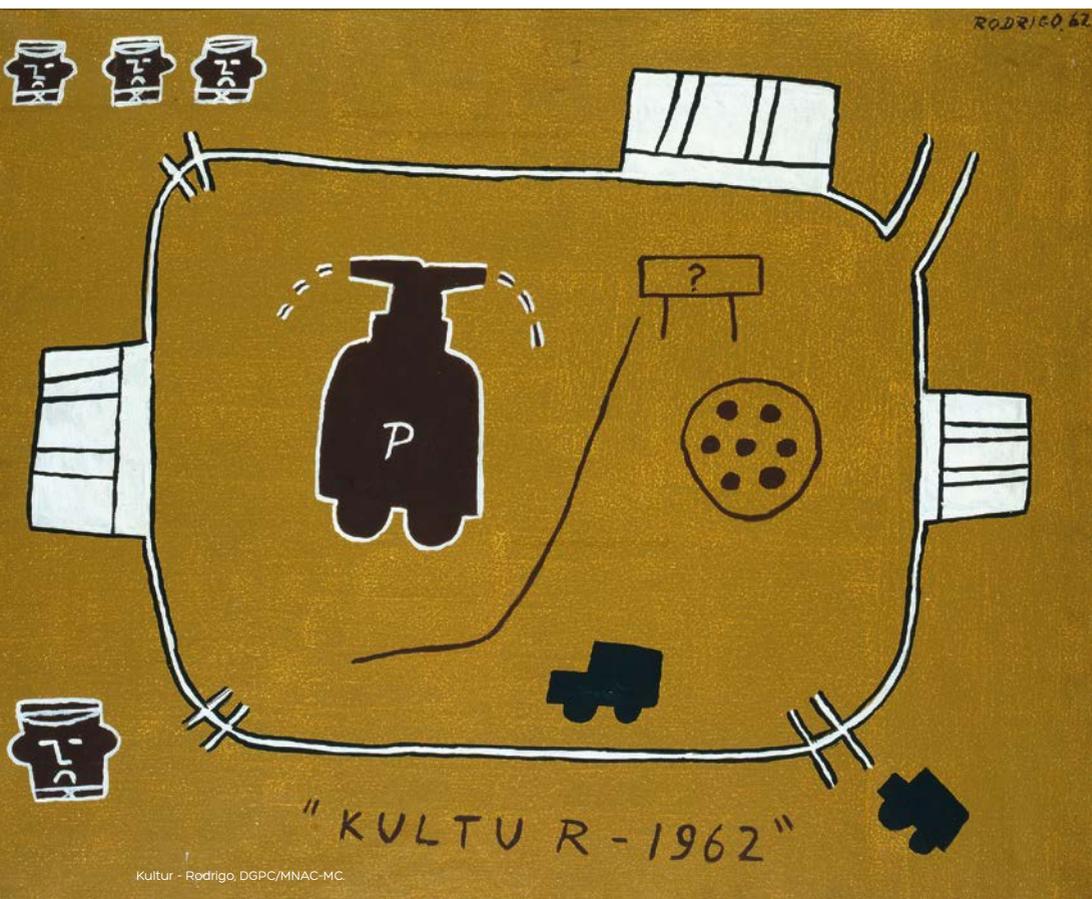
[#5996, fev/15, mulher, 52 anos, francesa, artista, visitante assíduo de museus]

(..) utilização e divulgação dos espaços exteriores (jardim)

[#32649, out/15, mulher, 25 anos, portuguesa, gestora, visitante assíduo de museus]

(..) O jardim, boas esculturas, mas péssimo zelo (erva grande... falta de espaço para ver as esculturas... teias de aranha na escultura do Ismael..) e arquitectura exterior. bastante cinzenta... à volta do jardim, não me agradou minimamente.

[#11922, abr/15, mulher, 22 anos, portuguesa, historiadora da arte, visitante ocasional de museus]



Kultur - Rodrigo, DGPC/MNAC-MC.

4.4. MUSEOGRAFIA

As referências à museografia são as que mais claramente se destacam face ao total dos comentários recolhidos. Em termos gerais, preponderam os de sentido positivo complementados com sugestões de melhoria no que toca a valorização do acervo e dos espaços expositivos, bem como o interesse por maior diversidade do acervo.

Gostei bastante da apresentação e disposição das obras. (...)
 [#4557, jan/15, homem, 33 anos, português, guia turístico, visitante assíduo de museus]

Musée succinct et pas assez moderne
 [#32573, out/15, homem, 50 anos, francês, consultor económico, visitante ocasional de museus]

The museum collection is very nice bur a bit small.
 [#11504, abr/15, homem, 66 anos, holandês, fiscalista, visitante frequente de museus]

São vários os comentários acerca dos conteúdos expositivos. Sobretudo numa fase de reformulação da exposição permanente, os públicos manifestam desagrado por não ter tido acesso a alguns dos acervos mais importantes do Museu.

Apesar de compreender as limitações espaciais e financeiras, lamento o facto de o Museu estar em período sem exposição permanente. Sei que está a ser reformulada. Ainda assim devia ser reformulada por fases de modo a que o visitante visse sempre algo da exposição permanente. (...)

[#33149, out/15, homem, 25 anos, português, estudante de mestrado em museologia, visitante assíduo de museus]

Estou muito desagradaada com o facto de a exposição permanente do Museu do Chiado não estar disponível ao público e não haver essa informação no site.

[#32727, out/15, mulher, 30 anos, portuguesa, engenheira, visitante frequente de museus]

(...) Would have liked to see some of permanent collection.

[#33487, nov/15, mulher, 75 anos, americana, professora, visitante assíduo de museus]

Os comentários dos públicos mostram também preocupação por aspetos muito específicos relacionados com o destino da “coleção SEC”.

A colecção de Serralves devia permanecer no Museu

[#31190, out/15, homem, 44 anos, português, -, visitante assíduo de museus]

(...) Passagem definitiva da Colecção DGARTES para o Museu do Chiado!

[#31151, out/15, homem, 33 anos, português, marketing, visitante ocasional de museus]

Resolver a situação da Coleção SEC.

[#22127, ago/15, homem, 30 anos, português, estudante, visitante assíduo de museus]

Outros tecem opiniões de sentido positivo sobre a exposição permanente patente no Museu.

A exposição temporária foi o motivo principal pelo qual vim ao museu. No entanto, a exposição permanente foi, para mim, muito mais atraente. O fato de ser breve e conter as principais obras de cada período ajuda o visitante a se manter inteirado e atraído. Descobri uma arte portuguesa que até então não conhecia e me identifiquei muito. Levarei nomes de muitos artistas sobre os quais desejo descobrir mais.

[#1978, dez/14, mulher, 25 anos, brasileira, arquiteta e urbanista, visitante assíduo de museus]

(...) l'exposition permanente est très bien, et bien expliquée, didactique, décrivant chaque mouvement artistique.

[#11241, abr/15, homem, 41 anos, francês, professor, visitante assíduo de museus]

Continuer de valoriser les collections permanentes et les particularités et l'histoire des peintres Portugais. (...)
[#18101, jun/15, mulher, 62 anos, francesa, jurista e chefe de projeto de formação de adultos, visitante assíduo de museus]

Para além das manifestações de agrado há também que registar sugestões no sentido de alargar o espaço expositivo dando a conhecer ao público mais peças do acervo de arte contemporânea.

A exposição permanente é extremamente interessante, mas para ela o museu é claramente limitado ao nível do espaço. Já diversas vezes visitei este museu, e é a primeira vez em que não encontro nenhuma exposição temporária a decorrer.
[#510, dez/14, homem, 23 anos, português, estudante, visitante assíduo de museus]

Parece-me a designação de "Arte Contemporânea" inadequada para uma exposição permanente de exclusivamente um artista do início do séc. XX.
[#23141, ago/15, homem, 49 anos, português, sonoplasta, visitante frequente de museus]

se não estou em erro, este museu tem imensas peças em acervo. Sugeriria que as fossem alternando com as peças em exposição com mais regularidade. (...)
[#8606, mar/15, homem, 19 anos, português, estudante, visitante assíduo de museus]

Exposição permanente com bom conteúdo do séc. XIX e ganhariam mais ao expor mais do espólio de pintura e desenho pré-modernista.
[#8888, mar/15, homem, 25 anos, português, estudante, visitante ocasional de museus]

Alguns comentários mais críticos, que incidem ainda sobre os conteúdos expositivos, provêm sobretudo de públicos estrangeiros e ilustram o questionamento em volta da designação e dos conteúdos expostos referentes a arte contemporânea.

I would have appreciated to see more recent/contemporary works also in the permanent exhibition - there seems to be quite a gap between the 1970s and the (small cut of) recent works shown in the temporary exhibitions.
[#17888, jun/15, mulher, 33 anos, alemã, juíza, visitante frequente de museus]

bit more of contemporary pieces would be nice since it says the museum is contemporary.
[#28248, set/15, homem, 31 anos, japonês, cozinheiro, visitante assíduo de museus]

(..) onde está a vanguardia portuguesa? (...)
[#24978, ago/15, homem, 39 anos, espanhol, funcionário, visitante assíduo de museus]

Je trouve que la collection fait plus référence à l'art moderne du 19 - 20 siècle, et je ne retrouve pas le contenu contemporain que j'ai lu dans le nom du musée.

[#14878, mai/15, homem, 25 anos, francês, designer gráfico, visitante assíduo de museus]

Vários comentários remetem para sugestões de temas e artistas que os públicos gostariam de ver representados no Museu.

(...) a falta [de] representação de mulheres artistas é gritante e isso penso que se fica a dever não só à componente de investigação na qual o museu devia investir e igualmente à falta de meios para comprar novas obras e colmatar essa falha. (...)

[#4095, jan/15, mulher, 36 anos, portuguesa, investigadora, visitante assíduo de museus]

Gostaria que existisse um maior esforço da parte do museu para dar a conhecer novos artistas, principalmente da faculdade de belas artes.

[#31586, out/15, mulher, 22 anos, portuguesa, estudante, visitante frequente de museus]

I would devote much more space to the years 1850 to 1910, and show more of the naturalists such as Silva Pinto, etc.

[#1051, dez/14, mulher, 48 anos, americana, jornalista, visitante assíduo de museus]

Vários comentários lamentam a escassa presença de artistas emergentes e autores mais jovens, tanto mais que, argumentam, deve ser função de um museu de arte contemporânea identificar e valorizar talentos que emergem das escolas de arte nacionais e juntar as suas obras com outras de artistas internacionais.

falta arte contemporânea mais recente, em maior quantidade. o museu de arte contemporânea aqui acaba por ser muito pouco contemporâneo... era interessante ver mais o que os jovens andam a fazer

[#18392, jun/15, homem, 29 anos, português, arquiteto, visitante frequente de museus]

(...) Pas assez de tableaux d'artistes internationaux.

[#17788, jun/15, mulher, 46 anos, francesa, revisor oficial de contas, visitante ocasional de museus]

Gostaria de ver arte actual, isto é, mais artistas jovens. É claro que, calculo, só depois de muito tempo é que se "sabe" se o artista pode ir para um museu. Para isso os curadores teriam de ser mais arrojados. E se procurassem, por exemplos, artistas que nunca tiveram "nome" por razões diversas, mas que mereceriam que os vissem numa exposição de museu, pelo menos uma vez. Procurem nas galerias e escolas de arte :)

[#8285, mar/15, mulher, 81 anos, portuguesa, pintora e artista digital, visitante assíduo de museus]

(...) Tanto a nível da colecção permanente, que não se percebe porque acaba em 1970, como nas temporárias. Embora a que vi hoje seja muito interessante, fotografia de século XIX não é algo que eu considere arte contemporânea.

[#13658, mai/15, homem, 26 anos, português, assistente de exposição, visitante assíduo de museus]

São várias as referências ao discurso expositivo e à forma como as exposições estão organizadas. Há quem sugira uma clara organização por períodos/escolas/estilos e quem, pelo contrário, sugira outra forma de organização não necessariamente cronológica.

(.) me gusto la exposición permanente de épocas diferentes de Portugal. Es una forma de conocer mejor la mentalidad de esta ciudad y país encantador (...)

[#391, dez/14, mulher, 35 anos, georgiana, gestora de projetos e eventos, visitante assíduo de museus]

A colecção permanente beneficiaria, na minha opinião, de outra disposição, menos obras de um modo mais claro, não necessariamente cronológico.

[#4309, jan/15, mulher, 34 anos, portuguesa, curadora arte contemporânea, visitante assíduo de museus]

As exposições de arte devem ser menos herméticas. É importante que os temas sejam explicitados aos visitantes, que ele tenha meios de acesso a informação sobre artistas durante a visita sem a necessidade de visita mediada.

[#35618, dez/15, homem, 26 anos, brasileiro, museólogo, visitante assíduo de museus]

Os públicos tecem ainda comentários claramente positivos em relação às exposições temporárias, designadamente no que se refere ao cuidado dado à seleção e contextualização das obras. Neste sentido, advogam a necessidade de manter as exposições temporárias por um período mais prolongado de modo a que consigam atrair mais visitantes.

(...) Já visitei neste museu exposições temporárias incrivelmente boas, e esse é um trabalho que tem de continuar, para trazer novas obras e novos nomes ao museu, dando ao público novos motivos de visita. (...)

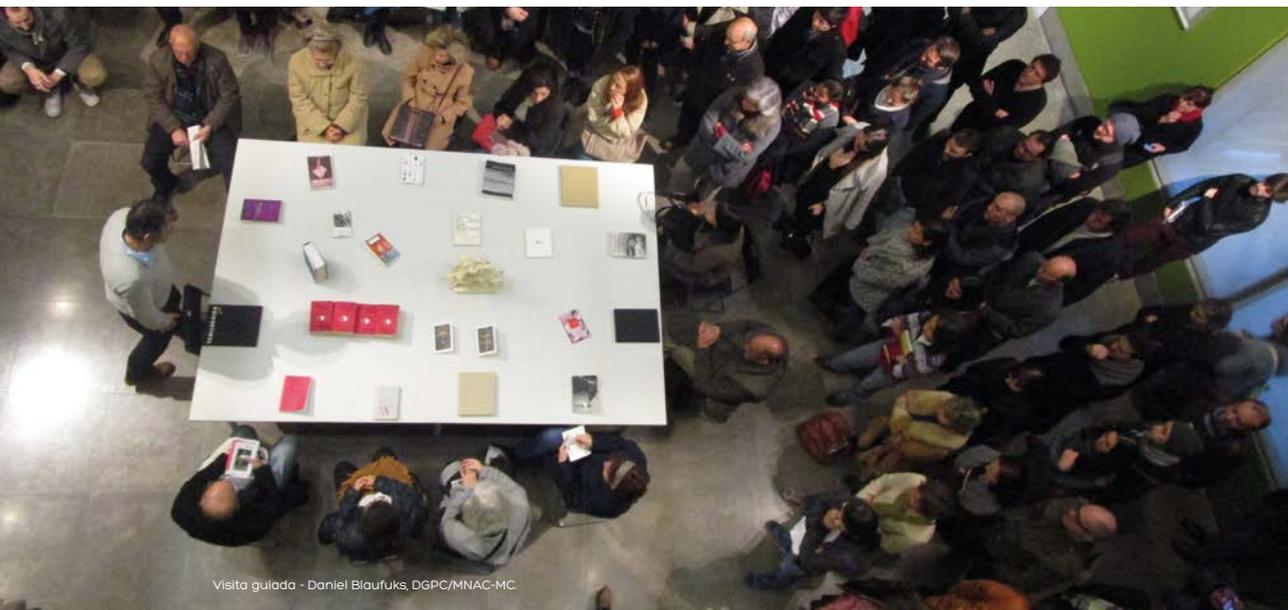
[#510, dez/14, homem, 23 anos, português, estudante, visitante assíduo de museus]

(...) Muito me agradou a exposição temporária dedicada à fotografia, tema tão raro, na divulgação programática dos museus portugueses. (...)

[#14281, mai/15, mulher, 44 anos, portuguesa, arqueóloga, visitante assíduo de museus]

(.) We enjoyed the photography exhibition and I thought the walk through the history of Portuguese art was great.

[#14083, mai/15, mulher, 40 anos, inglesa, marketing, visitante frequente de museus]



Visita guiada - Daniel Blaufuks, DGPC/MNAC-MC.

Outros comentários, pelo contrário, evocam a necessidade de maior diversidade e regularidade das exposições temporárias.

Deveria investir numa maior diversidade e regularidade de novas exposições temporárias.

[#1466, dez/14, mulher, 21 anos, portuguesa, estudante, visitante assíduo de museus]

Mettre plus d'information pour les visiteurs notamment pour l'exposition temporaire

[#3869, jan/15, mulher, 43 anos, francesa, professora, visitante assíduo de museus]

(...) more space in the temporary exhibition (sometimes was hard to look at one picture with distance), (...)

[#31937, out/15, mulher, 28 anos, alemã, artista, visitante assíduo de museus]

Regresso da exposição temporária senão não voltarei mais! (...)

[#35287, nov/15, mulher, 35 anos, portuguesa, música, professor, visitante frequente de museus]

Outros ainda realçam a necessidade de articulação entre a exposição permanente e as exposições temporárias patentes.

(...) Être vigilants sur les expositions temporaires afin qu'elles ne diminuent pas la valeur des collections permanentes (...)

[#18101, jun/15, mulher, 62 anos, francesa, jurista e chefe de projeto de formação de adultos, visitante assíduo de museus]

Promover exposições temporárias de pintores estrangeiros relacionados com a temática (impressionistas, naturalistas, Modernistas) (...)

[#4795, fev/15, homem, 51 anos, português, economista, visitante assíduo de museus]

(...) Penso também que, nas exposições temporárias, deveriam apostar em pintores actuais e não só em artistas com trabalhos de carácter intelectual, conceptual e de documentação.

[#8606, mar/15, homem, 19 anos, português, estudante, visitante assíduo de museus]

Outro conjunto de comentários remetem para oportunidade de abraçar escolhas curatoriais que posicionem melhor o MNAC-MN no panorama internacional dos museus de arte contemporânea, exibindo correntes e artistas deste circuito, e oferecendo mais visibilidade a artistas emergentes.

Pl[ea]s[e] do not do such niche temporary exhibitions. The one you have now is linked with the holocaust and Israeli which is not contemporary and in the past and nothing to do with Portugal and of no interest whatsoever. (...)

[#7950, mar/15, mulher, 50 anos, inglesa, diretora de vendas internacional, visitante assíduo de museus]

Seria interessante que o MNAC disponibilizasse mais espaço para as suas exposições temporárias e que por aqui passassem mais "grandes exposições" relevantes no contexto da arte contemporânea internacional.

[#15270, mai/15, mulher, 26 anos, portuguesa, estudante, visitante assíduo de museus]

Em relação às exposições temporárias registam-se também sugestões de melhoria no que toca aos textos de apoio, como legendas, folhetos e catálogos associados.

Sobre a exposição Hybridize or Disappear, que vim visitar hoje no museu, penso que a folha de sala devia estar mais clara em relação à localização das obras, uma vez que não há legendas na parede. (...)

[#12572, abr/15, homem, 26 anos, português, estudante de curadoria, visitante frequente de museus]

(...) Na exposição do pintor Adriano Sousa Lopes nota-se uma falha grave na ausência de dimensões dos quadros expostos na respectiva legenda. Ausência de brochura explicativa (...)

[#28910, set/15, homem, 79 anos, português, assistente universitário, visitante assíduo de museus]

Exposição da Colecção de Alberto Caetano tem uma sala com uns quadros pela parede acima que dificulta muito a leitura. (...)

[#22464, ago/15, homem, 39 anos, português, Ligação médico-ciêntifica, visitante assíduo de museus]

Fundamental garantir que o catálogo de uma exposição temporária saia quando esta inaugura - a actual de fotografia não tem ainda catálogo. (...)

[#17902, jun/15, mulher, 49 anos, portuguesa, professora do ensino secundário, visitante assíduo de museus]

Várias sugestões incidem especificamente sobre a contextualização das obras expostas¹³ com recurso quer a textos quer a música ambiente de época.

(...) Ter música ambiente no museu

[#4795, fev/15, homem, 51 anos, português, economista, visitante assíduo de museus]

improve flow of movement through gallery.

[#8240, mar/15, homem, 45 anos, português, fotógrafo e artista, visitante assíduo de museus]

As I mentioned more music and video installations

[#24247, ago/15, homem, 22 anos, polaco, estudante, visitante ocasional de museus]

Outros comentários frisam aspetos inerentes ao espaço expositivo enfatizando o seu melhor aproveitamento, a relação entre os ambientes físicos e as obras, e a utilização das cores para realçar os quadros expostos. Recolheram-se ainda referências às peças expostas no jardim, onde o espaço expositivo se cruza com espaços de apoio à visita, por vezes de forma inadequada, na opinião de alguns dos inquiridos.

(...) Retirar obras permanentes dos locais de acesso às exposições temporárias, para tornar a visita mais coerente e consistente. (...)

[#4310, jan/15, homem, 30 anos, português, gestor da ciência e tecnologia, visitante frequente de museus]

(...) would be more interesting to have different art work outside in the garden.

[#6215, fev/15, mulher, 21 anos, inglesa, estudante, -]

Pensar como melhorar a manutenção do novo espaço do Museu, físico e expositivo.

[#28188, set/15, mulher, 26 anos, portuguesa, gestora de comunicação numa galeria, visitante assíduo de museus]

(...) acho que as peças de escultura do jardim estão misturadas com as cadeiras da cafetaria mal-arrumadas tirando qualquer hipótese de leitura das mesmas (Jorge Vieira). Penso que terão que ter o apoio de bar mais integrado no jardim para que não aconteçam situações destas.

[#22464, ago/15, homem, 39 anos, português, ligação médico-científica, visitante assíduo de museus]

Antes da abertura da nova ala do MNAC-MN da Rua Capelo destacam-se sugestões para melhor aproveitamento e manutenção destes mesmos espaços e criação de um percurso de visita mais agradável e fluido.

¹³ 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.

(...) uma maior logística de espaço, ou melhor, circuito pelo qual atravessamos para visitar a exposição, podia ser menos ilícito a seguir uma ordem, seja cronológica ou "indicada pelo curador" e obter uma maior liberdade de escolha de quem a observa, nós (...) [#8066, mar/15, homem, 25 anos, português, estudante, visitante frequente de museus]

(...) obras não colocadas em colunas (...) [#13657, mai/15, mulher, 28 anos, portuguesa, artista plástica, visitante assíduo de museus]

O grupo do leão de Columbano Bordalo Pinheiro está mal localizado para a importância que tem no museu [#5419, fev/15, homem, 18 anos, português, estudante, visitante frequente de museus]

Ainda antes da abertura da nova ala a inadequação dos espaços expositivos surgia associada nos comentários a melhorias na conceção do ambiente da visita e na gestão da experiência dos públicos.

O Museu do Chiado necessita de um novo olhar sobre o espaço (...) [#2411, jan/15, mulher, 41 anos, portuguesa, arquiteta, visitante assíduo de museus]

(...) alargamento significativo do espaço e aumento significativo (qualitativo) do acervo do museu. [#14884, mai/15, homem, 61 anos, português, diplomata, visitante ocasional de museus]



Concerto, DGPC/MNAC-MC

(...) registro a urgência na ampliação do espaço expositivo, ganhando área dos edifícios limítrofes, de modo a mostrar mais peças do acervo, e algum cuidado na manutenção das boas condições de conservação da área existente.

[#469, dez/14, homem, 55 anos, português, urbanista, sociólogo e historiador de arte, visitante assíduo de museus]

Nicer furniture (like in MUDE or Gulbenkian). (..)

[#2042, dez/14, homem, 42 anos, alemão, consultor/advogado, visitante assíduo de museus]

No período posterior à ampliação do Museu, a adequação do espaço expositivo é valorizada positivamente.

Belle rénovation, bon choix de scénographie avec les salles en blanc
[#32234, out/15, homem, 49 anos, francês, controlador de custos, visitante assíduo de museus]

Poderia colocar umas obras legais no espaço com uma grande altura no primeiro andar antes da exposição.

[#33300, nov/15, homem, 35 anos, francês, arquiteto, visitante frequente de museus]

Um pequeno conjunto de comentários refere-se aos mecanismos de segurança existentes no Museu, nomeadamente às necessidades de melhorar os dispositivos de proteção e de demarcar as distâncias mínimas para observação das obras.

Marcar melhor a distância a que o quadro deve ser observado. (..)

[#11694, abr/15, mulher, 19 anos, portuguesa, estudante universitária, visitante frequente de museus]

Acho que os limites até onde as pessoas podem estar a uma certa distância das obras devia ser mais explícito. (..)

[#11695, abr/15, homem, 20 anos, português, estudante universitário, visitante assíduo de museus]

4.5. INTERAÇÃO NO MUSEU

Algumas sugestões referem-se à dinamização dos conteúdos do Museu e à interatividade com os diferentes tipos de públicos.

(..) Mais interactividade e informação nas exposições.

[#16633, jun/15, homem, 45 anos, português, oficial de justiça, visitante assíduo de museus]

Talvez maior tratamento multimédia /informação interactiva sobre as peças de arte com os visitantes (ex: em que circunstâncias foi a obra realizada, ver as técnicas a serem usadas para a realização de certas obras de arte, etc.)

[#2366, jan/15, mulher, 50 anos, portuguesa, geóloga, visitante frequente de museus]

(..) - sala sonae com melhor infografia

[#13657, mai/15, mulher, 28 anos, portuguesa, artista plástica, visitante assíduo 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 interferem de alguma forma com a experiência de visita. A esse propósito surgem alguns comentários sobre o controlo do ruído por parte dos funcionários.

A intervenção da funcionária a pedir silêncio é despropositado, uma vez que os comentários à exposição devem ser partilhados, num tom de voz que foi baixo!

[#15361, mai/15, mulher, 50 anos, portuguesa, professora, visitante assíduo de museus]

4.6. INTERNET E REDES SOCIAIS

Os poucos comentários relacionados com a internet e as redes sociais incidem sobretudo na necessidade do MNAC-MC disponibilizar acesso gratuito à rede e na atualização da informação constante no website.

(..) Acceso a internet para consulta de datos

[#11059, abr/15, homem, 54 anos, espanhol, funcionário, visitante assíduo de museus]

o site internet do museu poderia ter mais informações sobre as exposições

[#7285, fev/15, mulher, 42 anos, brasileira, psicóloga, visitante frequente de museus]

(..) Os sites dos museus são por vezes complexos cheios de "arte" em vez de serem sucintos, objectivos e, acima de tudo, claros

[#12161, abr/15, homem, 37 anos, português, técnico superior, visitante frequente de museus]

(..) melhor divulgação nas redes sociais/agendas culturais. (..)

[#32649, out/15, mulher, 25 anos, portuguesa, gestora, visitante assíduo de museus]

4.7. SINALIZAÇÃO URBANA

Várias opiniões mencionam a necessidade de melhorar a informação sobre a localização e a forma de chegar ao Museu, a começar com a sinalização em espaço público.

Améliorer la signalétique extérieure dans la ville.

[#23935, ago/15, mulher, 17 anos, francesa, estudante, visitante frequente de museus]

Deveria haver um roteiro melhor sinalizado do museu.
[#8568, mar/15, mulher, 20 anos, portuguesa, estudante universitária, visitante frequente de museus]

(..) better directions towards the museum would be welcome (we ended up in the faculty of belles artes first..)
[#18296, jun/15, -, 25 anos, holandês(a), investigador(a), visitante assíduo de museus]

More advertising outside the museum. (..)
[#917, dez/14, mulher, 25 anos, italiana, estudante-trabalhadora, visitante ocasional de museus]

Mayor propagandoa por la ciudad para que vengan a visitarlo. (..)
[#23107, ago/15, mulher, 32 anos, espanhola, guia turística, visitante frequente de museus]

(..) Pl[ea]s[e] also note- you are hard to find as I was looking for the Chiado name
[#7950, mar/15, mulher, 50 anos, inglesa, diretora de vendas internacional, visitante assíduo de museus]

4.8. HORÁRIOS E TARIFAS

Outro grupo de comentários prende-se com o horário de funcionamento do Museu e o respetivo tarifário, com inúmeras referências à necessidade de alargamento de horários em diferentes dias de semana, inclusive fim-de-semana e feriados.

Alargar o horário, pelo menos aos fins de semana.
[#15388, mai/15, homem, 60 anos, português, professor, visitante assíduo de museus]

Um horário mais alargado, era bastante mais atractivo.
[#16678, jun/15, homem, 49 anos, português, funcionário judicial, visitante assíduo de museus]

(..) alargar horário visitas, abrir nos dias feriados (..)
[#16685, jun/15, mulher, 51 anos, portuguesa, copy writer, visitante assíduo de museus]

No mesmo bloco de comentários encontram-se referências ao tarifário do Museu. Os públicos tecem considerações sobre o valor do bilhete e a qualidade e conteúdos da exposição, embora com percepções divergentes.

I think the ticket price is too high for the length of the exhibition. (..)
[#24112, ago/15, homem, 31 anos, italiano, funcionário, visitante ocasional de museus]

(..) considero o preço de entrada demasiado barato pois corresponde mais ou menos ao preço de uma cerveja na Alemanha.. Portugal e o seu património histórico e cultural não podem “vender-se” a um preço tão barato a turistas que têm muito mais poder de compra do que os portugueses pois corremos o risco de os mesmos se rirem de nós quando nos visitam. (..)
[#4557, jan/15, homem, 33 anos, português, guia turístico, visitante assíduo de museus]

Je trouve qu'il pourrait avoir plus de chose à visiter pour le prix et le déplacement
[#6340, fev/15, mulher, 19 anos, norueguesa, estudante, visitante frequente de museus]

el ticket de ingreso es de alto valor respecto a la calidad de las exposiciones. (..)
[#22820, ago/15, homem, 32 anos, chileno, investigador de quimica-física, visitante frequente de museus]

São vários os apelos a mais descontos, isenções e outros tipos de condições especiais de acesso ao MNAC-MC.

Make free access
[#18521, jun/15, mulher, 20 anos, dinamarquesa, -, -]

Os bilhetes para crianças e adolescentes devem ser gratuitos ou quase.
[#16625, jun/15, mulher, 46 anos, portuguesa, professora, visitante frequente de museus]

(..) Desconto para portugueses e/ou residentes em Lisboa.
[#31128, out/15, mulher, 42 anos, portuguesa, professora, visitante frequente de museus]

(..) poderia ser mais barato para estudantes.
[#10322, mar/15, mulher, 50 anos, brasileira, artista plástica, visitante assíduo de museus]

(..) atribuir entradas grátis ou com redução 50% a desempregados.
[#16685, jun/15, mulher, 51 anos, portuguesa, copy writer, visitante assíduo de museus]

Destacam-se os comentários de públicos nacionais e estrangeiros que sugerem alargamento da oferta de períodos com entrada gratuita. Um conjunto específico refere o domingo como dia preferencial de entrada gratuita ¹⁴.

Desfazer o dia de entrada gratuita (2º, 3º, 4º domingo do mês) para alargar a possibilidade de os pobres visitarem mais museus e monumentos, especialmente na sua cidade.
[#22193, ago/15, homem, 47 anos, português, empresário cultural, visitante assíduo de museus]

(..) Lutar para que todos os domingos, no mínimo, sejam gratuitos. (..)
[#14312, mai/15, homem, 25 anos, português, estudante, -]

Sugiro que o ingresso no museu volte a ser gratuito uma vez por semana.

[#3630, jan/15, homem, 31 anos, português, operador de call-center, visitante assíduo de museus]

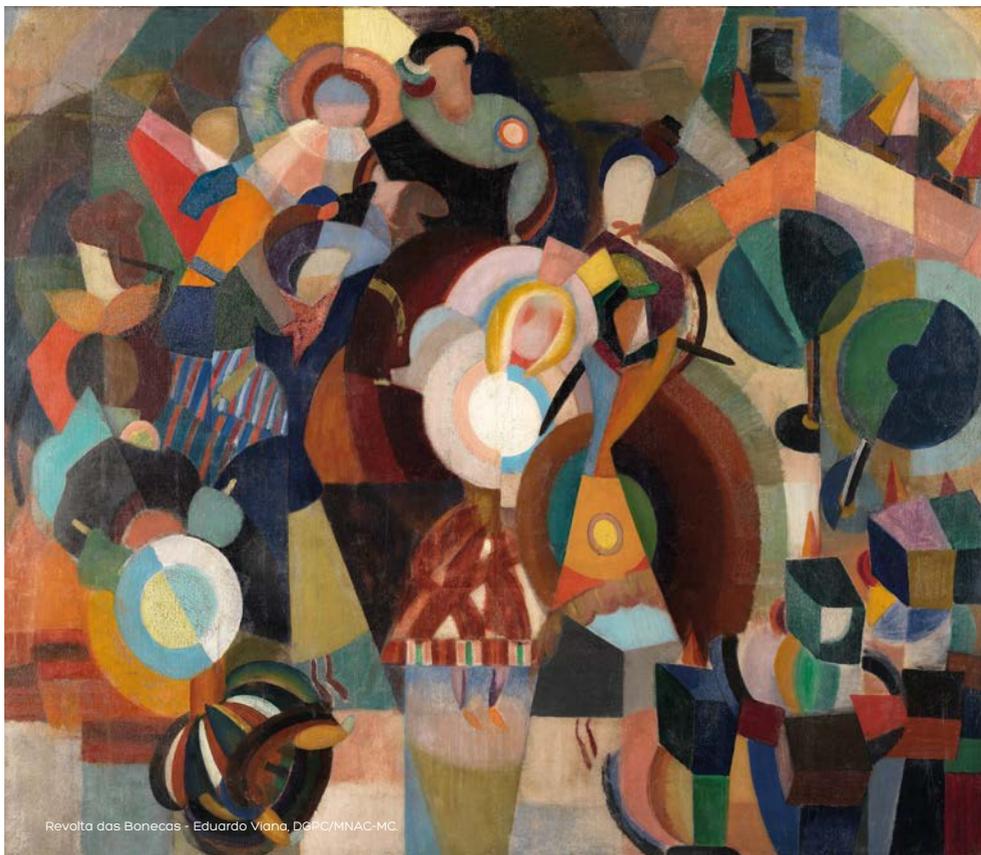
Ainda sobre o tarifário, sugere-se a redução do preço de entrada sempre que a programação do Museu sofra alterações ou interrupções, como é o caso de encerramento de algumas salas de exposição ou ausência de exposição temporária.

Rebajar el precio de la entrada si no hay exposiciones temporales.

[#311, dez/14, mulher, 32 anos, espanhola, cultural manager, visitante assíduo de museus]

Na minha opinião o bilhete devia ser mais barato quando estão a renovar exposições temporárias e deixa de haver dois pisos para visitar (...)

[#11922, abr/15, mulher, 22 anos, portuguesa, historiadora da arte, visitante ocasional de museus]



O Museu devia permitir a separação entre exposição temporária e exposição permanente. Um visitante deveria poder apenas ver uma deles, principalmente se já conhece a exposição permanente e deseja ver a temporária. Por isso mesmo deviam haver preços distintos para cada um dos casos. (..)

[#14626, mai/15, mulher, 18 anos, portuguesa, estudante universitária, visitante ocasional de museus]

Os comentários sobre o preçário praticado pelo Museu abrangem também os produtos e serviços complementares do MNAC-MC como os cacifos, os catálogos e os produtos à venda na loja.

Reforço que considero um exagero o pagamento de 1 euro pelo uso do cacifo do museu.

[#22432, ago/15, homem, 52 anos, português, professor, visitante frequente de museus]

(..) Ausência de brochura explicativa e o preço elevado do catálogo sobre o artista referido [Adriano Sousa Lopes].

[#28910, set/15, homem, 79 anos, português, assistente universitário, visitante assíduo de museus]

Mais barato, faz favor

[#1443, dez/14, mulher, 23 anos, espanhola, comunicadora, -]

4.9. SERVIÇOS

Vários comentários referem-se ao funcionamento dos serviços de apoio disponibilizados pelo MNAC-MC. Em termos gerais, reforça-se a necessidade de estes serem compatíveis com o horário de funcionamento do Museu. Algumas opiniões apontam a necessidade de melhorar os serviços do balcão de atendimento bem como a implementação de espaços de troca de experiências e de partilha entre públicos.

better helpdesk. (..)

[#27853, set/15, mulher, 31 anos, inglesa, curadora de museu, visitante assíduo de museus]

Mais cacifos

[#5706, fev/15, mulher, 19 anos, portuguesa, estudante, -]

Espaço para troca de ideias e experiências entre os visitantes após a exposição. (..)

[#7709, mar/15, mulher, 32 anos, portuguesa, jurista, visitante frequente de museus]

As observações sobre a bilheteira - o primeiro ponto de contacto entre o MNAC-MC e os públicos - advertem para a necessidade de esta comunicar de forma mais eficaz as alterações na programação do Museu. Os comentários chamam ainda à atenção para vários aspetos menos positivos como o (longo) tempo de espera

na fila para aquisição de bilhete de entrada, o (reduzido) número de postos de atendimento, bem como o tipo e qualidade de informações prestadas.

(..) The Reception area is a bit too low key. It would be good to have something more lively with more of an indication of what the museum has to offer.

[#10329, mar/15, mulher, 55 anos, grega, professora de yoga, visitante assíduo de museus]

Let visitors know that floors are closed before they buy their tickets. (..)

[#30865, out/15, mulher, 32 anos, americana, artista na área da música, visitante ocasional de museus]

(..) Informar de forma visível os visitantes do núcleo do Governo Civil da existência do núcleo do antigo Museu de Arte Contemporânea e não entregar essa informação ao livre alvedrio (...) da bilheteira, que o não faz por sistema! (..)

[#33298, nov/15, mulher, 69 anos, portuguesa, conservadora de museu, visitante assíduo de museus]

Os comentários sobre os sanitários do Museu estão presentes e incluem observações sobre o estado de limpeza, manutenção das instalações e renovação dos materiais para correta utilização.

(..) As instalações sanitárias deveriam ser revistas nomeadamente o que respeita o problema dos esgotos que deixam um mau cheiro junto ao elevador.

[#2411, jan/15, mulher, 41 anos, portuguesa, arquiteta, visitante assíduo de museus]

mejorar los baños

[#11586, abr/15, homem, 44 anos, espanhol, professor, visitante assíduo de museus]

More toilets (..)

[#22497, ago/15, mulher, 21 anos, inglesa, consultora de vendas de moda, visitante ocasional de museus]

Sobre a cafetaria do MNAC-MC, as sugestões recolhidas incidem sobre a melhoria do aspeto da esplanada do bar, o alargamento do seu horário de funcionamento, os cuidados com a limpeza, a integração com o circuito expositivo do Museu e a ligação com o exterior.

(..) Achei a qualidade da cafetaria/restaurante inadequada para o tipo de museu, com muito pouco cuidado na apresentação e limpeza. Até o serviço de mesa era composto por peças diferentes! (..)

[#30142, out/15, mulher, 51 anos, portuguesa, geneticista, visitante assíduo de museus]

(..) O café e jardim deveria ter informação mais visível do exterior (não é evidente) (..)

[#2411, jan/15, mulher, 41 anos, portuguesa, arquiteta, visitante assíduo de museus]

(..) Gostava da ligação anterior ao bar, por dentro do museu, para terminar a visita. Espero que volte a ser possível.

[#1181, dez/14, mulher, 50 anos, portuguesa, jornalista, visitante assíduo de museus]

(..) We came on sunday to visit the museum and I found it strange that the cafe was not open. (..)

[#31937, out/15, mulher, 28 anos, alemã, artista, visitante assíduo de museus]

(..) Melhoria do aspecto da esplanada do bar, deveria estar mais cuidada

[#13411, mai/15, homem, 55 anos, português, professor do ensino secundário, visitante assíduo de museus]

São várias as opiniões e sugestões de melhoria relativas à loja do Museu, em particular no que toca ao horário de funcionamento, à pouca diversidade de produtos para venda e à sua integração no percurso de visita.



(..) a loja não deve estar fechada.

[#24978, ago/15, homem, 39 anos, espanhol, funcionário, visitante assíduo de museus]

The shop could propose more things to buy it is very big and the space is not fulfilled

[#6218, fev/15, mulher, 28 anos, francesa, farmacêutica, visitante assíduo de museus]

(..) saída pela loja

[#30488, out/15, homem, 49 anos, português, tradutor, visitante assíduo de museus]

Outros comentários refletem o interesse dos públicos por uma maior variedade de objetos à venda na loja, sugerindo a inclusão de produtos associados às exposições do MNAC-MN (presentes e passadas) de forma a estimular o interesse na compra e criar uma ligação (de lembrança e incentivo) com a experiência de visita.

As lojas dos museus deveriam ter mais objectos (postais, cadernos, blocos, capas, etc.) das exposições permanentes, mas também das temporárias, como é o caso da actual, do Efeitos Luz, Sousa Lopes

[#31904, out/15, mulher, 58 anos, portuguesa, médica, visitante frequente de museus]

Apesar da exposição temporária ser sobre fotografia não existe um único livro sobre a temática na loja, nem sequer um catálogo.

[#16891, jun/15, mulher, 54 anos, portuguesa, documentalista, visitante assíduo de museus]

In the shop there were books on painters, which I had seen for the first time in my life (e.g. Columbano). I was interested but am unable to understand the Portuguese language. I would suggest translated information, preferably English.

[#14480, mai/15, homem, 61 anos, holandês, gestor de investimentos, visitante assíduo de museus]

Os comentários recolhidos indiciam curiosidade e desejo por parte dos públicos em obter *gadgets* e lembranças da experiência de visita. Argumenta-se ainda com a necessidade de uma estratégia de marketing que trabalhe de forma integrada os materiais e as ações de comunicação, promoção e a marca do MNAC-MC.

More merchandise with the new logo

[#15244, mai/15, mulher, 28 anos, búlgara, publicitária, visitante ocasional de museus]

Il est dommage qu'un document de visite n'ait pas été remis à l'entrée j'aime conserver les tickets d'entrée de musée comme souvenir et il m'a été simplement donne un ticket de caisse.

[#10685, mar/15, mulher, 28 anos, francesa, consultora cultural, visitante assíduo de museus]

(...) Please issue postcards of the Viera-sculptures!

[#2042, dez/14, homem, 42 anos, alemão, consultor/advogado, visitante assíduo de museus]

4.10. PESSOAL

São muitos os comentários que se referem em particular ao atendimento ao público por parte do pessoal do Museu.

Personnel très gentil et accueillant

[#24408, ago/15, homem, 57 anos, francês, engenheiro mecânico, visitante assíduo de museus]

(..) Fiquei extremamente satisfeita com a simpatia dos funcionários que tão bem me acolheram.

[#14281, mai/15, mulher, 44 anos, portuguesa, arqueóloga, visitante assíduo de museus]

Evidencia-se uma falta de homogeneidade nas opiniões que registam experiências divergentes. As referências elogiosas à cordialidade, simpatia e atenção dos funcionários estão acompanhadas por pedidos de maior interação com os públicos.

Com tantos funcionários ao dispor do Museu e a vigiarem as salas e tendo em conta o número de visitantes, poderiam existir mais interações com o público. (..)

[#5997, fev/15, mulher, 29 anos, portuguesa, consultora, visitante frequente de museus]

(..) I particularly appreciated that a guardian in the permanent collection told me that I could take photographs with no flash when she saw me making notes about the work of art, because I wouldn't have done so if I hadn't known it was permitted.

[#7780, mar/15, homem, 34 anos, americano, artista, visitante assíduo de museus]

Person at reception could be more friendly and open to visitors (..)

[#28136, set/15, mulher, 24 anos, alemã, estudante, visitante ocasional de museus]

Contudo, alguns comentários registam situações pontuais em que a atitude e os comportamentos dos funcionários do MNAC-MC não foram os esperados pelos públicos.

Contratação de mais pessoal para assegurar um nível de vigilância apropriado à colecção e às instalações. (..)

[#31151, out/15, homem, 33 anos, português, marketing, visitante ocasional de museus]

Os vigilantes não deviam estar vestidos com uma "roupa qualquer". Dá muito mau aspecto e para além do mais não são identificáveis como sendo vigilantes.

[#18121, jun/15, mulher, 32 anos, portuguesa, animação turística, visitante frequente de museus]

Employee retraining to be more adequate. No employee smoking on duty. No employee filing nails on duty. (..)

[#35557, dez/15, homem, 62 anos, inglês, artista agrónomo, visitante assíduo de museus]

Outros aspetos assinalados como negativos na relação com os públicos prendem-se com a necessidade de os funcionários equilibrarem melhor

o acolhimento dos públicos, gerindo o acompanhamento da visita como experiência cultural e de lazer com a vigilância rígida e a proteção das obras de arte, que pode resultar intrusiva na visita.

The guides in the rooms should keep an eye on us, but not in such a way that we feel like we are not at all trusted. (.)
[#16591, jun/15, homem, 58 anos, americano, cuidados de saúde, visitante frequente de museus]

(.) não entendo o porquê da senhora assistente no terceiro piso, me pedir o bilhete... à partida, se cheguei até lá, é porque tinha bilhete. Não gostei. (.)
[#11922, abr/15, mulher, 22 anos, portuguesa, historiadora da arte, visitante ocasional de museus]

(.) Os funcionários são pouco simpáticos (menos na recepção que acolherem bem) e deviam ser mais abertos a ajudar. (.)
[#14626, mai/15, mulher, 18 anos, portuguesa, estudante universitária, visitante ocasional de museus]

4.11. PUBLICIDADE/PROMOÇÃO/DIVULGAÇÃO

Um outro conjunto de comentários diz respeito à divulgação das atividades. Os públicos nacionais e estrangeiros argumentam que o MNAC-MC é merecedor de uma mais ampla divulgação, indicando as valências e os bons motivos para uma melhor comunicação do Museu como sendo as suas atividades, localização central e qualidade das exposições.

Dada a situação de boa acessibilidade e excelente espólio artístico, seria muito vantajosa uma divulgação, através dos media, de pequenos e variados eventos, se possível PATROCINADOS.

[#2630, jan/15, homem, 72 anos, português, médico especialista, visitante assíduo de museus]

More advertising for museum exhibitions.

[#14879, mai/15, mulher, 24 anos, italiana, estudante de doutoramento, visitante assíduo de museus]

(.) Talvez fosse útil divulgar o museu no próprio Chiado, onde passa tanta gente que como eu até hoje nunca perceberam que este Museu existe e é tão bom. (.)

[#30519, out/15, homem, 52 anos, português, advogado internacional de direitos humanos, visitante assíduo de museus]

Regista-se um número relevante de comentários a sugerir a utilização de outros canais e suportes para divulgação e promoção, o que remete novamente para uma reflexão mais geral em volta da comunicação do Museu com os seus públicos e com a cidade de Lisboa.

Mais divulgação nos meios de comunicação social, nomeadamente nos canais de televisão.
[#17168, jun/15, homem, 45 anos, português, vigilante, visitante frequente de museus]

(...) penso que este museu não é suficientemente publicitado pelas ruas de Lisboa, em cartazes ou flyers. (...)
[#4557, jan/15, homem, 33 anos, português, guia turístico, visitante assíduo de museus]

post commercials in the free fashion magazines
[#1405, dez/14, mulher, 31 anos, alemã, advogada, visitante assíduo de museus]

Os públicos veem no MNAC-MC uma referência no campo do património artístico nacional, pelo que alguns comentários consideram apropriado completar as ações de divulgação com a pertença e a participação direta em circuitos de museus, redes e colaborações com outras instituições.

1ª Criação ou abertura a mais iniciativas com a Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa.
[#7148, fev/15, mulher, 20 anos, portuguesa, estudante, visitante assíduo de museus]

Gostaria que este museu fosse muito mais importante no circuito dos museus. (...)
[#15185, mai/15, homem, 62 anos, português, economista, visitante assíduo de museus]

Maior divulgação dos museus portugueses grandes, pequenos e temáticos (Museu da Música ou do Teatro, p. ex.), inclusive fora do país.
[#5553, fev/15, homem, 52 anos, brasileiro, professor universitário, visitante assíduo de museus]

São poucos os comentários que contêm referências específicas ao circuito turístico, à divulgação do Museu e do seu património artístico junto dos turistas, nacionais e estrangeiros. Todavia existem sugestões para tal efeito, no sentido de mobilizar diversos agentes do sector, bem como as estruturas de receção e alojamento, localizadas nas proximidades do Museu.

(...) penso que é da responsabilidade do museu incrementar a promoção sobre estas obras de arte pois - e falo com conhecimento de causa - os turistas estrangeiros que visitam o nosso país ficam maravilhados com a riqueza patrimonial, artística e histórica que nós possuímos e não fazem ideia nenhuma sobre, por exemplo, quem foram os principais pintores românticos ou modernistas portugueses. (...)
[#4557, jan/15, homem, 33 anos, português, guia turístico, visitante assíduo de museus]

More information to be at local hostels/hotels
[#31192, out/15, mulher, 35 anos, australiana, contabilista, visitante assíduo de museus]

4.12. APOIO À VISITA

Os públicos nacionais e estrangeiros fazem elogiosas referências às visitas orientadas mostrando agrado pelo desempenho dos guias e mencionando explicitamente a excelente qualidade da apresentação. Todavia, outros comentários indicam a necessidade de reforçar esta vertente e dar informação mais concreta, designadamente a possibilidade de extensão às exposições temporárias.

O guia (...) tem vindo a habituar-nos à excelente qualidade da apresentação ao público das exposições em que participa. Parabéns mais uma vez. É sem dúvida um digno continuador da inigualável tradição de deixada neste Museu pelo seu segundo Director, o Mestre Sousa Lopes.

[#25409, ago/15, homem, 65 anos, português, professor do ensino superior, visitante assíduo de museus]

(...) Maybe a free tour twice a day would be nice. Only for half an hour to get some more information on some special pictures.

[#29127, set/15, mulher, 24 anos, alemã, estudante, visitante frequente de museus]



Atelier Serviço Educativo, DGPC/MNAC-MC

Estaria interessado em saber informação sobre visitas guiadas, a qual não nos foi facultada (assumi que não existia). (.)
[#693, dez/14, homem, 33 anos, português, engenheiro civil, visitante ocasional de museus]

(.) fazer um open day em torno de toda a coleção do museu com visitas guiadas permanentemente. (.)
[#22199, ago/15, mulher, 37 anos, portuguesa, técnica de recursos humanos, visitante assíduo de museus]

Os públicos, independentemente da sua origem, lamentam a falta de serviços de audioguias em vários idiomas para facilitar a visita e uma leitura mais completa das coleções.

(.) un audio guide ou une visite guidée aurait été appréciée. (.)
[#12641, abr/15, mulher, 30 anos, francesa, vendedora, visitante assíduo de museus]

(.) deveria haver guias áudio disponíveis e à vista do visitante ou sugerido pelos recepcionistas
[#16250, jun/15, homem, 47 anos, português, gerente de unidade hoteleira, visitante frequente de museus]

Deberia haber Audio-guia en varios idiomas. (.)
[#11059, abr/15, homem, 54 anos, espanhol, funcionário, visitante assíduo de museus]

4.13. CONFORTO E ACESSIBILIDADE

Um outro tema de comentário refere-se ao conforto do visitante e à acessibilidade de pessoas com mobilidade reduzida.

Um elevado número de comentários dos públicos nacionais e internacionais prende-se com a necessidade de mais áreas de descanso e/ou colocação estratégica de bancos ao longo do circuito expositivo para o conforto dos visitantes, mas também para observação/contemplação das obras.

Os locais de descanso deveriam ser posicionados em função das obras que requerem mais tempo a apreciar, como o "Concerto de Amadores", de José Malhoa.
[#4639, jan/15, mulher, 18 anos, portuguesa, estudante, visitante frequente de museus]

(.) Chairs in the middle of the room to reflect and enjoy the artwork.
[#22505, ago/15, mulher, 22 anos, inglesa, designer, visitante ocasional de museus]

Também relacionada com o conforto da visita está a temperatura ambiente no interior do edifício. Vários manifestam o seu descontentamento face a temperaturas poucos amenas que tornam a visita menos agradável.

(..) une température un peu plus élevée serait appréciée...
[#11430, abr/15, mulher, 27 anos, francesa, agente de controlo, visitante ocasional de museus]

(..) little less cool air (..)
[#24407, ago/15, mulher, 27 anos, italiana, funcionária, -]

As opiniões sobre a acessibilidade do MNAC-MC para as pessoas de mobilidade reduzida (deficientes, idosos e crianças de colo) apesar de serem escassas estão presentes e revelam algumas dificuldades concretas de acesso às salas de exposição.

(..) la disposición de las salas es apta solo para personas sanas.
[#28860, set/15, mulher, 43 anos, mexicana, administrativa, visitante assíduo de museus]

(..) falta de alguns corrimões
[#18204, jun/15, mulher, 70 anos, portuguesa, técnica superior aposentada, visitante assíduo de museus]

Alguns comentários referem-se especificamente à dificuldade de leitura de alguns dos textos de apoio.

augmentar letras das placas informativas das exposições para visitantes com dificuldade de visão como é o meu caso (..)
[#16685, jun/15, mulher, 51 anos, portuguesa, copy writer, visitante assíduo de museus]

les textes sont difficilement lisibles pour les personnes qui ont des problèmes de vue, caractères trop petits et mauvais éclairage
[#16874, jun/15, homem, 66 anos, francês, diretor de empresa aposentado, visitante frequente de museus]

4.14. SINALÉTICA

Um outro grupo de opiniões prende-se com a sinalética interna do Museu. Entre os públicos aponta-se a necessidade de que cumpra eficazmente a sua função, ou seja, que ajude a orientação no espaço e a localização das coleções.

plus de signalétique
[#5280, fev/15, mulher, 67 anos, francesa, professora universitária, visitante assíduo de museus]

Penso que está mal sinalizado, não se percebe bem a localização das coleções temporárias e da coleção permanente.
[#23195, ago/15, mulher, 36 anos, portuguesa, formadora, visitante frequente de museus]

(..) sinalizar melhor os espaços fora da exposição, como a loja e certas paredes ou escadas que não fazem parte da visita. (..)
[#14312, mai/15, homem, 25 anos, português, estudante, -]

Outras opiniões referem dificuldades e episódios de desorientação dos públicos durante a experiência de visita ao Museu.

Make the museum have one specific route, so I'm sure I've not missed something

[#23434, ago/15, homem, 23 anos, holandês, estudante, visitante ocasional de museus]

Alguns comentários chegam a sugerir a adoção de uma sinalética mais clara para o percurso da visita, sinalizar as zonas de acesso restrito, bem como demarcar algumas passagens específicas junto das obras, as ligações entre os dois edifícios e criar percurso de visita fluido, coerente e sem repetições.

o fluxo de circulação dentro do museu deveria ser linear, sem necessidade de retornar por onde passou

[#25829, ago/15, homem, 38 anos, brasileiro, médico, visitante ocasional de museus]

(..) Je reproche à ce musée le manque d'indication concernant le sens de la visite.

[#22480, ago/15, mulher, 18 anos, francesa, estudante de história de arte e arqueologia, visitante assíduo de museus]



Melhor sinalização. de algumas legendas, como do caminho "normal" a fazer seguindo a exposição. é um choque demasiado brusco passar de um século para outro por entrar na sala errada. demasiado labiríntico (...)

[#14312, mai/15, homem, 25 anos, português, estudante, -]

Outras observações referem elementos específicos a sinalizar.

indicação clara dos espaços que constituem as exposições temporárias.

[#7979, mar/15, mulher, 38 anos, portuguesa, livreira, visitante assíduo de museus]

Falta uma placa a indicar fim da visita (acesso restrito) junto ao quadro de Bordalo Pinheiro

[#13315, abr/15, homem, 38 anos, português, operações de voo, visitante ocasional de museus]

El recorrido de visita de la exposición de Adriano de Sousa, no es demasiado claro, aunque sus obras están separadas por épocas, no es fácil identificar el orden de ellas.

[#32278, out/15, mulher, 23 anos, espanhola, professora, visitante assíduo de museus]

4.15. TRADUÇÃO

Uma outra temática prende-se com a tradução dos materiais de apoio à visita ao MNAC-MC. Aqui os públicos nacionais e estrangeiros manifestam antes de mais a necessidade de o Museu disponibilizar materiais em diferentes idiomas como no caso de suportes escritos, mas também de audioguias e multimédia.

Audioguia em várias linguas

[#13048, abr/15, mulher, 49 anos, portuguesa, enfermeira, visitante assíduo de museus]

manque traduction

[#4237, jan/15, homem, 66 anos, francês, consultor de produção animal, visitante frequente de museus]

Os comentários dos públicos sobre a tradução para inglês prendem-se sobretudo com a necessidade urgente de efetuar melhorias e correções nos materiais de apoio à visita e com o interesse por mais conteúdos e narrativas ao longo do percurso expositivo.

(...) better English translations - many of the English translations are poor and do not make sense in English. (...)

[#27649, set/15, homem, 43 anos, inglês, compositor, -]

A leaflet in English on the exhibitions

[#27519, set/15, -, 39 anos, holandês(a), -, visitante assíduo de museus]

More English narration would be welcome

[#4623, jan/15, homem, 48 anos, malaio, CFO, visitante ocasional de museus]

Relativamente ao idioma francês também se apela para a disponibilização de mais informação e mais explicações nesse idioma.

Merci de mettre les commentaires en français. Les français adorent le Portugal.

[#16858, jun/15, mulher, 60 anos, francesa, -, visitante assíduo de museus]

Les affichages, les explications, les traductions, les livrets etc. EN FRANCAIS..

[#25943, ago/15, mulher, 53 anos, francesa, arquivista, visitante assíduo de museus]

Traduction en français obligatoire (..)

[#34838, nov/15, mulher, 59 anos, francesa, presidente de empresa, visitante frequente de museus]

4.16. TEXTOS DE APOIO

Um grupo de comentários compreende as apreciações sobre os diversos textos de apoio à visita disponibilizados pelo Museu e as sugestões para que sejam ampliados e aprofundados conforme os interesses dos públicos.

(..) longer descriptions on the art exhibits.

[#22497, ago/15, mulher, 21 anos, inglesa, consultor de vendas de moda, visitante ocasional de museus]

Just some more thoughts on some of the work, maybe artistic histories and links between artists and scenes. The post-colonial stuff was cool though

[#23253, ago/15, homem, 20 anos, inglês, estudante, visitante frequente de museus]

(..) acho que faltam algumas notas na descrição das peças, nomeadamente nos quadros de arte. Julgo que seria, de todo, pertinente indicar a corrente artística que a obra representa. Porque assim os quadros limitam-se a ser entendidos por profissionais da área. Apesar de ser formado em artes, a vertente da pintura não foi a mais abordada na minha formação e por isso acho que nesta situação posso incluir-me no público geral.

[#16497, jun/15, homem, 26 anos, português, animador sociocultural, visitante assíduo de museus]

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

General descriptions could be less pompous \ arty farty and more to the point.

[#27510, set/15, homem, 43 anos, holandês, editor, -]

Um conjunto mais vasto de comentários refere-se à falta de um folheto com informação de contextualização das peças expostas - fator de descontentamento, prejudicial na realização da visita - e à necessidade de este ser disponibilizado gratuitamente para corresponder às expectativas de públicos nacionais e internacionais.

(..) O maior defeito, e que prejudica a visita, é não existir um folheto com alguma informação de contexto sobre (pelo menos) a exposição permanente.

[#693, dez/14, homem, 33 anos, português, engenheiro civil, visitante ocasional de museus]

(..) and maybe a little depliant to take with you. (..)

[#917, dez/14, mulher, 25 anos, italiana, estudante-trabalhadora, visitante ocasional de museus]

más información para entender mejor a lo largo del recorrido la obra expuesta: audífonos, folletos, etc.

[#1594, dez/14, homem, 56 anos, espanhol, arquiteto, visitante assíduo de museus]

Alguns comentários referem-se ainda à necessidade de as legendas fornecerem mais detalhes acerca das obras expostas, de melhorar a clareza e legibilidade dos painéis informativos e à possibilidade de elaboração de suportes informativos específicos para os conteúdos da exposição temporária (por exemplo: brochura, catálogo, livros).

Seria simpático um guião simples sobre a exposição temporária e sobre a história deste museu em geral.

[#3275, jan/15, mulher, 65 anos, portuguesa, professora, visitante frequente de museus]

Melhores painéis informativos a acompanhar a exposição; mais cuidado com o seu grafismo

[#18175, jun/15, mulher, 56 anos, portuguesa, editora, visitante assíduo de museus]

Em menor número, mas ainda assim relevante, são os comentários que referem a necessidade de providenciar aos públicos um mapa em papel como apoio à movimentação e localização dentro do Museu. Ainda em relação à planta dos edifícios e à sinalética dos espaços expositivos registam-se sugestões de melhorar a distribuição de suportes no ingresso do Museu, em cada andar e à entrada das salas.

A small map of the museum would be handy.

[#2433, jan/15, mulher, 30 anos, belga, administração fiscal, visitante assíduo de museus]

que le expliquen mejor a uno de que constan las salas
 [#25522, ago/15, homem, 33 anos, colombiano, comunicador social e jornalista, visitante frequente de museus]

(..) Un plano con indicaciones de cada uno de las plantas sería de agradecer
 [#27323, set/15, mulher, 35 anos, espanhola, investigadora, visitante frequente de museus]

Algumas opiniões referem ainda a necessidade de as legendas incluírem informação concreta e atualizada sobre as peças expostas.

Some information on the works, on the name cards by the artworks, would be informative.
 [#17492, jun/15, homem, 39 anos, inglês, gestor de operações comerciais, visitante assíduo de museus]

migliorare la qualità delle indicazioni a lato delle opere. (..)
 [#9237, mar/15, homem, 55 anos, italiano, advogado, visitante frequente de museus]

(..) Deveria existir algum tipo de informação complementar acerca das obras em exposição
 [#10011, mar/15, homem, 19 anos, português, estudante, -]

Outros comentários debruçam-se especificamente sobre a articulação entre as legendas e as respetivas peças, evidenciando possíveis melhorias.

Il faudrait une description plus importante des œuvres, avec au moins le nom de l'artiste pour les tableaux.
 [#23111, ago/15, homem, 22 anos, francês, estudante informático, visitante ocasional de museus]

colocação do estilo de cada obra.
 [#25919, ago/15, homem, 46 anos, português, ator/marionetista, visitante frequente de museus]

put small info signs by each of the paintings to explain what they are/what they represent
 [#32787, out/15, homem, 22 anos, americano, ator, visitante assíduo de museus]

Existem comentários específicos relacionados com os conteúdos das legendas e sua localização no espaço expositivo.

Indicar as personalidades no quadro O Grupo do Leão
 [#22093, ago/15, mulher, 48 anos, portuguesa, arquiteta, visitante assíduo de museus]

(..) Na exposição temporária, as legendas deviam estar colocadas junto dos objectos museológicos e não no inicio de um conjunto de objectos museológicos. Esta situação prejudica a correcta interpretação e mobilidade dos visitantes espaço de exposição.
 [#33149, out/15, homem, 25 anos, português, estudante de mestrado em museologia, visitante assíduo de museus]

Estão também presentes opiniões sobre a forma de apresentação das legendas, incluindo aspetos espaciais referentes à associação objeto/legenda (proximidade, identificação) e à associação legenda/visitante (altura, tamanho, iluminação, conservação e legibilidade das placas).

Colocar al alcance del visitante algo más de información sobre las obras expuestas.
[#27135, set/15, homem, 56 anos, colombiano, arquiteto, visitante frequente de museus]

(..) Aumento do tamanho das letras nas legendas das obras de arte (..)
[#31909, out/15, mulher, 58 anos, portuguesa, conservação e restauro, visitante assíduo de museus]

(..) substituir tabelas envelhecidas, descoladas, etc
[#18247, jun/15, homem, 50 anos, português, técnico superior de museu, visitante assíduo de museus]

4.17. ILUMINAÇÃO

Um outro grupo de opiniões refere-se à iluminação do espaço expositivo e das obras em particular.

Existem areas que poderiam estar mais bem iluminadas (..)
[#3503, jan/15, mulher, 24 anos, portuguesa, tecnica de termalismo, visitante ocasional de museus]

Améliorer l'éclairage qui ne met pas en valeur photos et peintures:
[#17690, jun/15, mulher, 56 anos, francesa, responsável por estudos informáticos, visitante ocasional de museus]

I would suggest a little bit more light in some rooms (..)
[#24407, ago/15, mulher, 27 anos, italiana, funcionária, -]

Vários são aqueles que se mostram surpreendidos pelas soluções de iluminação, ou porque provocam reflexos nas vitrinas ou porque condicionam a visão das peças ou a leitura dos textos de apoio.

Melhorar a iluminação sobre as obras que, com frequência, cria reflexos e não permitem observar a obra na sua plenitude. (..)
[#12161, abr/15, homem, 37 anos, português, técnico superior, visitante frequente de museus]

Sobre a Expo de fotografia: Má iluminação em algumas peças expostas. Má colocação (em vitrine) de algumas fotos mais pequenas, o que tornou difícil a visualização
[#13836, mai/15, mulher, 48 anos, portuguesa, tripulante-assistente de bordo, visitante assíduo de museus]

Melhorar a iluminação especificamente do quadro "Grupo do Leão".
[#24024, ago/15, mulher, 63 anos, portuguesa, professora aposentada, visitante frequente de museus]

4.18. OUTROS

Recolheram-se ainda outras sugestões que abarcam assuntos muito diversificados que vão desde a importância de dar continuidade às atividades do Museu, até à gestão dos financiamentos públicos.

Precisa de autonomia

[#15718, mai/15, homem, 48 anos, português, artista visual, visitante assíduo de museus]

Gostaria que houvesse maior investimento do Estado (gostaria de ver as minhas contribuições aplicadas em) conservação do edificado e colecções, na tendencial gratuidade de acesso e atracção do grande público. (..)

[#9776, mar/15, mulher, 42 anos, portuguesa, intervenção social, visitante frequente de museus]

Ter um contacto mais directo com a faculdade das Belas Artes, desenvolvendo actividades, concursos, etc, com alunos, possivelmente alargar o horário. (..)

[#11612, abr/15, mulher, 21 anos, portuguesa, estudante, visitante assíduo de museus]

Apresentam-se ainda sugestões no sentido de o Museu alargar o leque de atividades complementares e diferenciar mais os formatos e os segmentos-alvo para aumentar o envolvimento e estimular a retenção de conhecimento e a repetição da visita. Os comentários valorizam também a organização de eventos paralelos com cruzamentos entre sectores e disciplinas artísticas.

(..) Organizar mais actividades, conferências, palestras, encontros de críticos de arte, entre outros.

[#11611, abr/15, homem, 32 anos, búlgaro, administrativo, visitante frequente de museus]

Jogos (Quiz e outros) antes e depois da exposição.

[#7700, mar/15, homem, 31 anos, português, analista, visitante frequente de museus]

(..) Confesso não ter tido acesso à programação, mas, a não existir, sugeria a realização de eventos no espaço do jardim da cafetaria, como sessões musicais de acordo com as épocas aqui retratadas.

[#687, dez/14, mulher, 27 anos, portuguesa, técnica de operações, visitante assíduo de museus]

Outros comentários concentram-se em torno de atividades direcionadas para grupos específicos tais como crianças e jovens estudantes.

Espaço para troca de ideias e experiências entre os visitantes após a exposição. Tema de discussão para grupos específicos (estudantes). Questionário/Quiz online sobre a exposição com oferta de bilhete para próxima visita

[#7709, mar/15, mulher, 32 anos, portuguesa, jurista, visitante frequente de museus]

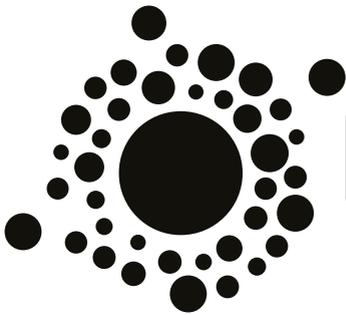
Melhorar o serviço educativo, nomeadamente atividades para crianças.

[#18402, jun/15, mulher, 37 anos, portuguesa, professora, visitante assíduo de museus]

Cinco Artistas em Sintra - Cristino da Silva, DGPC/MNAC-MC



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 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 Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado (MNAC-MC), da sua história - designadamente a abertura da nova ala no edifício da Rua Capelo -, do 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 MNAC-MC e que foi reforçada após a abertura da ala do edifício da Rua Capelo. No ano de aplicação do estudo (2015) são já majoritários e 49 as nacionalidades identificadas, com um claro destaque para a nacionalidade francesa pela parte expressiva que representa entre os públicos. Procurou-se ainda dar uma visão comparativa dos resultados assinalando, nos parâmetros em que o MNAC-MC mais se diferencia dos resultados globais do EPMN, 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 MNAC-MC realça essas características de elevados níveis de escolaridade, em que estão também patentes de modo mais acentuado os grupos de idade mais jovens. Deste ponto de vista, uma das características distintivas dos públicos do MNAC-MC face aos públicos do conjunto dos museus nacionais observados é justamente a sua relativa

juvenilidade, associada à elevada percentagem de estudantes, a que não será alheia a proximidade com as instalações da Faculdade de Belas Artes. Uma outra característica que importa destacar é a repartição regional dos públicos nacionais, com esmagadora prevalência de residentes na Área Metropolitana de Lisboa, e com uma importante componente de públicos com residência geograficamente próxima à capital, mas evidenciando também atração de públicos mais distantes, como no caso dos residentes na zona Norte do País.

Numa outra dimensão de análise, a relação dos públicos com o Museu, confirma-se a forte dominância do tipo de frequentadores estrangeiros, em particular entre os estrangeiros - regularidades aliás comuns ao conjunto dos museus - sendo que se verifica igualmente que entre os portugueses não estrangeiros uma parte significativa visita regularmente o Museu.

Quanto às modalidades de visita, se em casal é a mais comum tanto no EPMN como no MNAC-MC, neste confirma-se o peso da visita acompanhada por outra pessoa, em casal ou não. Importa destacar ainda neste Museu a visita sem qualquer acompanhante.

Na vertente da duração predominam por um lado, as visitas rápidas e, por outro, as demoradas, ou seja, cerca da metade dos públicos passa até uma hora no Museu, e parte não despreciable até duas horas. Importa acentuar esta característica como uma das mais distintivas do MNAC-MC, um dos museus, do conjunto observado, em que essa predominância de visitas rápidas é mais visível e equiparável entre públicos nacionais e estrangeiros. Este fenómeno está aliás associado a uma outra característica: o segundo motivo para regressar ao MNAC-MC é rever ou completar a visita realizada, só superado pelo desejo de visitar novas exposições.

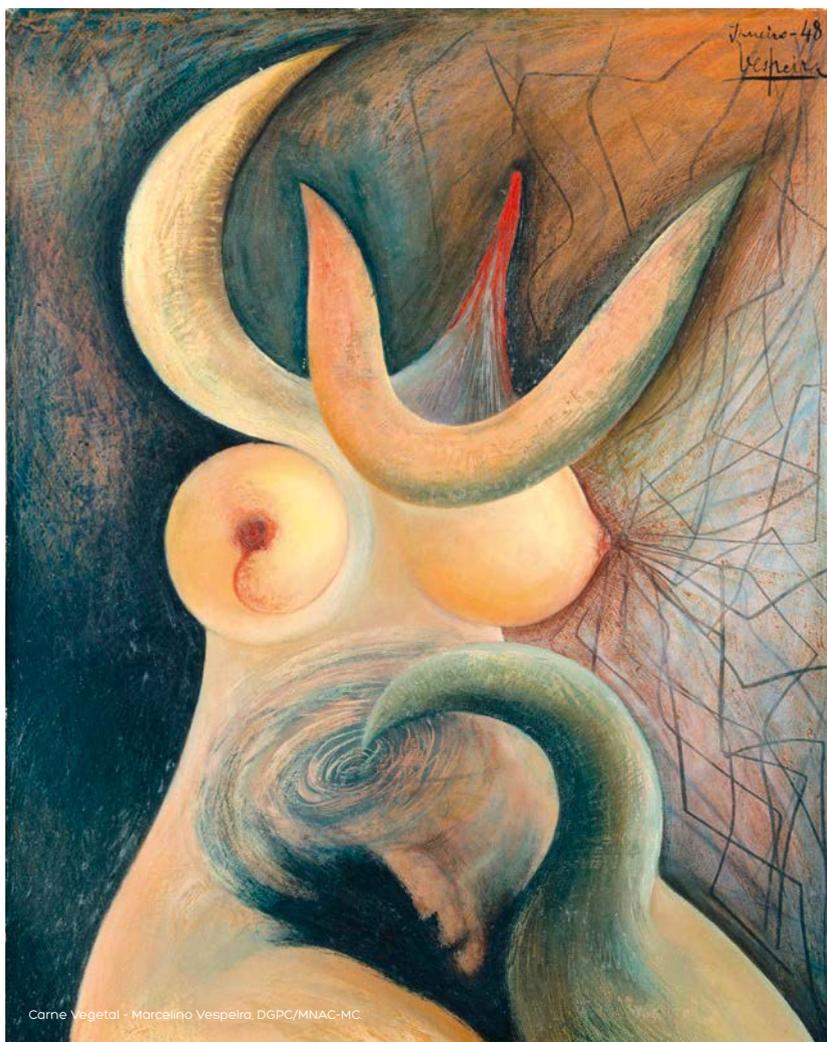
Em relação aos motivos invocados para a realização da visita predomina, de novo à semelhança da generalidade dos museus participantes, o interesse genérico pelo museu, seguido pelo interesse mais específico relacionado com os conteúdos expositivos.

Uma outra dimensão analisada refere-se à informação prévia à visita e, quanto tal ocorreu, aos meios de informação a que recorreram. A maioria consultou previamente à visita algum meio de informação, com um resultado que segue de muito perto a média do EPMN. Entre os meios de informação consultados evidenciam-se com grande clareza a Internet (meio acentuadamente mais utilizado pelos nacionais) e o roteiro turístico (meio francamente privilegiado entre os estrangeiros). Nota-se ainda uma percentagem relevante no recurso à imprensa (jornais e revistas) como meio de informação para os públicos portugueses do MNAC-MC.

Passando agora às avaliações do museu e das exposições constata-se que nesta dimensão os resultados são globalmente positivos na maioria dos

fatores considerados em todos os museus observados. No caso do MNAC-MC o nível de satisfação - desde logo o aferido pelo indicador de recomendação de visita - é elevado, estando todavia abaixo do resultado global do EPMN. Os elevados níveis de satisfação dos públicos mantêm-se observando os vários itens considerados no inquérito, com destaque para a avaliação da arquitetura do edifício, da área de receção e do acolhimento dos funcionários do MNAC-MC, por um lado, e da exposição temporária por outro. Contudo, do ponto de vista da gestão do Museu importará, porventura, atentar nos fatores avaliados de forma menos favorável (tendo também em conta a nacionalidade), mencionado entre os mais salientes a sinalização interna e externa (acessos e percurso da exposição), a informação sobre as visitas guiadas e os textos de apoio (desdobrável, roteiro), e procurar ainda as causas que poderão explicar os resultados menos positivos.

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 gratuidade, constata-se que os do MNAC-MC estão entre



os que, no conjunto dos museus, mais procuram informação sobre se têm direito a algum tipo de desconto nos museus de entrada paga, e estão entre os públicos que se declaram mais informados acerca da existência de um período de entrada gratuita geral e universal (em concreto, no período do trabalho de campo do estudo, o primeiro domingo do mês). Contudo, em comparação com os outros museus participantes, os públicos deste Museu contam-se entre os mais indiferentes à escolha deste período para realizar a visita.

No que se refere à dimensão que reúne as motivações de visita a museus - e não especificamente ao MNAC-MC - todas as opções consideradas no inquérito recolhem níveis de concordância elevados. Para os públicos do MNAC-MC, no topo da hierarquia estão o gosto pela arte e considerarem o Museu como fonte de inspiração e prazer, imediatamente seguidas pela possibilidade de aprendizagem e de compreender a diversidade cultural (para referir apenas as quatro mais valorizadas), sendo que a menos valorizada se refere a lembrar tempos passados.

Note-se, contudo, que a hierarquia das motivações por parte dos públicos do MNAC-MC não se distancia significativamente da do EPMN. De certo modo o mesmo se passa com as práticas relacionadas com museus, mas nesta abordagem talvez seja de fazer referência a duas práticas inquiridas: quanto à visita a exposições - a que reúne os níveis de concordância mais elevados no EPMN e no MNAC-MC - no Museu esse nível é relativamente mais elevado, tal como quanto à consulta ou leitura de catálogos de exposições. Já no que se reporta à utilização de jardins, parques ou restaurantes de museus o nível entre os públicos do MNAC-MC é, pelo contrário, apenas pouco inferior.

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 - 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 de facto, como os níveis de práticas dos públicos 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 expressa 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) maioritariamente de sentido positivo, o que é particularmente notório no caso do MNAC-MC. Claro, também as há de sentido negativo, embora quantitativamente muito menos. Mas muitas delas não se limitam a fazer apreciações gerais, positivas

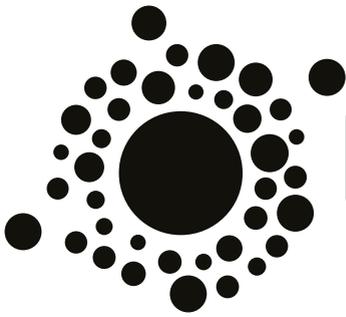
e/ou negativas, antes manifestam preocupações e fazem sugestões que mostram um grande envolvimento com o Museu e elevado interesse pelas questões relacionadas com a museografia em particular. E isto é, talvez, o mais importante a reter.

Desde logo sugestões a propósito dos textos de apoio que deveriam ser mais informativos e explicativos e em vários idiomas. A sinalização externa e a sinalética interna do Museu são outros temas recorrentes. As opiniões recolhidas apelam também para a necessidade de melhorar a identificação do percurso expositivo e a articulação entre os edifícios (a partir de julho de 2015 o Museu passou a contar com um novo edifício na Rua Capelo) com vista a dar maior liberdade aos visitantes para selecionar percursos de acordo com os seus gostos e interesses e com a sua disponibilidade de tempo. Esta é uma situação relevante tanto mais que o percurso expositivo do Museu é extenso e prevê a passagem entre edifícios diferentes, e alguma repetição na passagem dos espaços expositivos, o que parece condicionar fortemente a possibilidade de a visita ser conduzida com mais fluidez e clareza.

A presença dos vigilantes nas salas do Museu - apesar dos muitos elogios aos funcionários pela simpatia, cordialidade e profissionalismo - é considerada por alguns dos inquiridos como demasiado condicionadora dos seus próprios percursos e intrusiva na experiência de visita.

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.

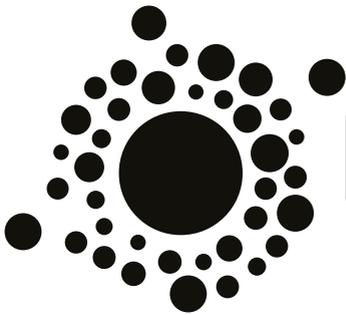
A terminar importa reforçar a importância de dar continuidade à investigação iniciada com este primeiro estudo sobre o conjunto dos museus nacionais tutelados pela DGPC, e em particular do MNAC-MN, designadamente tomando os seus resultados como novas questões de pesquisa. A eficiência dos estudos enquanto 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) de modo a responder de forma mais adequada 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 de, 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.

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 e CIES-IUL (2016), *Resultados globais do Estudo de Públicos de Museus Nacionais*, Lisboa, DGPC.

DGPC (2015), *Relatório de Atividades 2014*, Lisboa, DGPC.

DGPC (2016), *Relatório de Atividades 2015*, 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 Cérroux (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 (2018), "Mapping cultural policy in Portugal. From incentive to crisis", *International Journal of Cultural Policy*, 24(5), pp. 577-593.

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), "Individuo 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.

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 (2018), "Os turistas estrangeiros nos museus nacionais", *Revista de Museus*, 1, pp. 84-91.

Neves, José Soares e Teresa Mourão (2016), "O estudo de públicos nos museus nacionais", *Revista Património*, 4, pp. 140-144.

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 (coord.), Maria João Lima, Jorge Santos e Teresa Moura Pereira (2018c), *Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Públicos do Museu Nacional de Soares dos Reis*, Lisboa, DGPC.

- Neves, José Soares (coord.), Teresa Moura Pereira, Jorge Santos e Maria João Lima (2018d), *Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Públicos do Museu Nacional de Arte Antiga*, Lisboa, DGPC.
- Neves, José Soares (coord.), Maria João Lima, Jorge Santos e Miguel Lopes (2019), *Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Públicos do Museu Nacional de Etnologia*, Lisboa, DGPC.
- Neves, José Soares (coord.), Maria João Lima, Jorge Santos e Inês Louro (2019a), *Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Públicos do Museu Nacional da Música*, Lisboa, DGPC.
- Neves, José Soares (coord.), Jorge Santos, Maria João Lima e Ana Paula Miranda (2019b), *Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Públicos do Museu Monográfico de Conimbriga - Museu Nacional*, Lisboa, DGPC.
- Neves, José Soares (coord.), Jorge Santos, Maria João Lima e Ana Paula Miranda (2019c), *Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Públicos do Museu Nacional dos Coches*, Lisboa, DGPC.
- Neves, José Soares (coord.), Jorge Santos, Maria João Lima e Cláudia Rocha (2019d), *Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Públicos do Museu Nacional Grão Vasco*, Lisboa, DGPC.
- OIM/Ibermuseum (2015), *Estudos de Públicos de Museus na Ibero-América*, Madrid, Ibermuseum e MECD/SGT, 412 pp.
- 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, Jorge Alves dos e José Soares Neves (2005), *Os Museus Municipais de Cascais*, Lisboa, OAC.
- Simplício, Susana (2010), *Públicos do Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado*, dissertação para obtenção do grau de Mestre em CCTI, Lisboa, ISCTE-IUL, Departamento de Sociologia, 80 pp.
- 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/pt/>

www.museunacionalgraovasco.gov.pt/

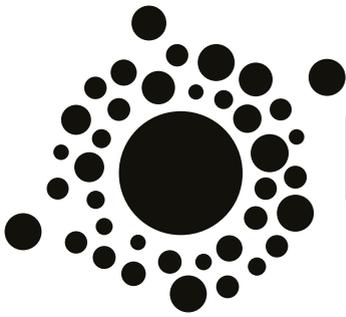
<http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/dgpc/estudos-de-publicos/>

A Lúvia cinzenta - Columbano, DGPE/MNAC-MC



ANEXO

Questionário
Estudo de Públicos de Museus Nacionais 155



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, selecione 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, selecione 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

MNAC

Museu Nacional de Arte Contemporânea
Museu do Chiado
Rua Serpa Pinto, 4 | Rua Capelo, 13
1200-444 Lisboa
museuchiado@mnac.dgpc.pt

PARCEIRO:

MECENAS: