



GRUPO PARA A ACESSIBILIDADE NOS MUSEUS

MUSEUS E PÚBLICO SÉNIOR EM PORTUGAL

PERCEPÇÕES, UTILIZAÇÕES, RECOMENDAÇÕES

por

**Giles Teixeira
Margarida Lima de Faria
Maria Vlachou**

Acima dos 65 anos: Tendências, ocupações, participação

Um enquadramento sociológico

por

Pedro Moura Ferreira

Apoio



FUNDAÇÃO
CALOUSTE
GULBENKIAN

Parceria



**Lisboa
Novembro 2012**

MUSEUS E PÚBLICO SÉNIOR EM PORTUGAL

PERCEPÇÕES, UTILIZAÇÕES, RECOMENDAÇÕES

Ficha técnica

Coordenação Geral
Maria Vlachou (GAM)

Coordenação e Realização do Estudo

Giles Teixeira
Margarida Lima de Faria (IICT)

Maria Vlachou

Colaboração

Ana Daré

Susana Alves

Tratamento Estatístico dos Inquéritos

Rúben Carvalho

Apoio

Fundação Calouste Gulbenkian

Parceria

ICOM Portugal

NOTAS BIOGRÁFICAS

GILES TEIXEIRA, Coordenador do Estudo

Mestre em Museologia pela Universidade de Leicester. Licenciado em Comunicação Social e Cultural pela Universidade Católica Portuguesa. Formado em Música (Violoncelo) pelo Conservatório Nacional. Colaborou com diversos organismos de investigação e instituições culturais, entre eles o Barbican Centre em Londres, a Fundação Gulbenkian em Lisboa (Serviços de Belas-Artes e Música) e o Dinâmia - Centro de Estudos Sobre a Mudança Socioeconómica, no ISCTE. Presentemente estudante de Doutoramento na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa enquanto bolseiro da FCT.

MARGARIDA LIMA DE FARIA, Coordenadora do Estudo

Investigadora auxiliar no Instituto de Investigação Científica Tropical. Doutorou-se em Estudos Museológicos pela Universidade de Leicester em 1994. Desde então tem dirigido projectos de investigação de que se destaca o projecto "Regimes de Produção e de Consumo dos Museus em Portugal", financiado pela FCT. Dirigiu e leccionou a disciplina "Cultura e Desenvolvimento" do curso de Comunicação Cultural e Social da Faculdade de Ciências Humanas na Universidade Católica Portuguesa entre 1995 e 2005, tendo também sido docente de cursos de mestrado e pós-graduações. Tem publicado uma série de artigos científicos sobre estudos de público e avaliação de museus, e orientado teses de mestrado nesta área.

MARIA VLACHOU, Coordenadora Geral (GAM) e Coordenadora do Estudo

Mestre em Museologia pela University College London. Foi Directora de Comunicação do São Luiz Teatro Municipal (2006-2012) e Responsável de Comunicação do Pavilhão do Conhecimento (2001-2006), onde desenvolveu com regularidade estudos de público. Membro fundador do GAM – Grupo para a Acessibilidade nos Museus. Membro dos corpos gerentes do ICOM Portugal desde 2005 e editora do boletim trimestral Informação ICOM.PT. Fellow no Summer International Fellowship in Arts Management do Kennedy Center for the Performing Arts em Washington (2011-2013). Autora do blog *Musing on Culture*, onde escreve sobre cultura, museus, gestão cultural, comunicação e públicos.

ANA CRISTINA DARÉ, Colaboradora

Investigadora do CIAUD - Centro de Investigação em Arquitetura, Urbanismo e Design. Está a desenvolver a sua tese de doutoramento sobre o tema "Lighting design: O significado da luz no design de interiores e na qualidade de vida dos idosos" (Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica de Lisboa). Mestre em Design pela Universidade Lusíada de Lisboa, com a dissertação "Design Inclusivo: Uma avaliação do ambiente doméstico e os consequentes reflexos no utilizador idoso". Licenciada em Design de Ambientes pela Fundação Mineira de Artes Aleijadinho, Brasil. Possui pós-graduação em Museologia, pela Universidade do Estado de Minas Gerais, Brasil.

SUSANA ALVES, Colaboradora

Mestranda em Arte, Património e Teoria do Restauro pela Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa. Tem colaborado com o Serviço Educativo da Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves, em regime de voluntariado e/ou freelancer, nomeadamente em actividades como o Dia dos Museus, Férias de Verão, Férias de Natal, O Meu Primeiro Curso de História da Arte e ainda na projecção de 10 novas actividades para público infanto-juvenil. Fez ainda um estágio no Panteão Nacional – Igreja de Santa Engrácia, onde trabalhou na elaboração de um projecto de investigação para um percurso histórico na área geográfica do Campo de Santa Clara e arredores.

RUBEN CARVALHO, Tratamento Estatístico dos Inquéritos

Ingressou em 2009 no curso de Ciências da Comunicação, no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas na Universidade Técnica de Lisboa. Durante a licenciatura, desenvolveu projectos de investigação na área das ciências sociais, nomeadamente na Sociologia e Marketing, com recurso a técnicas metodológicas como a aplicação de inquéritos, incluindo a construção e aplicação de questionários e respectivo processamento e tratamento de dados. Participou ainda em vários projectos ao nível da produção de curtas-metragens e organização de eventos nacionais e internacionais do foro académico. Em 2011, ingressou a equipa do website de *infotainment* www.PropagandistaSocial.com, onde desempenha as funções de repórter, redactor, editor e coordenador de redes sociais.

AGRADECIMENTOS

Gostaríamos de agradecer à Fundação Calouste Gulbenkian pelo financiamento deste estudo, na pessoa de Isabel Mota, Luísa Valle e Anabela Salgueiro. Os nossos agradecimentos são extensíveis ao ICOM Portugal na pessoa do seu presidente Luís Raposo, assim como a Graça Filipe e Isabel Tissot.

Agradecimentos são ainda devidos aos museus que participaram no estudo através dos seus directores ou de pessoas designadas para assegurar a aplicação do inquérito aos visitantes seniores: Adelaide Lopes (Museu Nacional de Arte Antiga), Catarina Moura (Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado), Ana Leitão (Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves), Rosário Azevedo (Museu Calouste Gulbenkian), Margarida Filipe (Museu da Água da EPAL), Ana Isabel Apolinário (Ecomuseu Municipal do Seixal), Margarida Amaral (Rede de Museus Municipais de Loures), Lucinda Fernandes (Museu do Trabalho Michel Giacometti), Sónia Santos (Museu do Papel Moeda), Luís Carvalho (Museu Botânico de Beja) / José Carlos Oliveira (Museu Regional de Beja), Marco Lopes (Museu Municipal de Faro).

Gostaríamos ainda de agradecer à Rede Portuguesa de Museus por ter divulgado o inquérito junto dos seus museus-membros, assim como a todos os museus que responderam ao mesmo (como uma muito satisfatória participação de 82%) – ver anexo 3.

Finalmente um agradecimento especial é devido às Universidades Seniores e aos centros de dia que se prestaram a viabilizar a realização dos *focus groups*, assim como a todos os participantes (cujos nomes nos comprometemos a manter sob anonimato), pela sua participação generosa e empenhada – ver anexo 6.

ÍNDICE

Notas biográficas	p. 3
Agradecimentos	4
Índice	5
A. Introdução	7
1. Apresentação geral, objectivos e metodologia	7
B. Acima dos 65 anos: Tendências, ocupações e participação	9
1. Tendências demográficas e sociais do envelhecimento	9
2. O envelhecimento activo: uma nova reformulação da condição idosa?	12
3. Seniores e tempos livres	13
3.1 Prática de actividades de tempos livres	14
3.2 Actividades dentro e fora de casa	15
3.4 Pertença associativa	16
3.4 Participação em actividades institucionalizadas para a terceira idade	17
3.5 Actividades de apoio e prestação de cuidados	17
4. Envelhecimento e participação social	18
C. Museus e público sénior	19
D. Museus e público sénior: Do lado da oferta	24
1. Inquérito aos museus da Rede Portuguesa de Museus	24
1.1 Público-alvo	24
1.2 Estatística	25
1.3 Acessibilidade	26
1.4 Informação	31
1.5 Acolhimento	32
1.6 Divulgação	33
1.7 Parcerias	34
1.8 Avaliação	35
2. Entrevistas com directores e responsáveis de museus	36
2.1 Como define o público sénior?	36
2.2 Como define o público sénior que visita o seu museu?	36
2.3 O que é que este público representa para os museus?	37
2.4 O que é que este público representa para o seu museu?	37
2.5 Em que medida a programação do museu está dirigida ao público sénior?	38
2.6 Que preocupações ligadas às acessibilidade para este público específico?	39
2.7 Que parcerias existem no trabalho relacionado com o público sénior?	40
2.8 Que meios de comunicação são usados para chegar a este público?	40
2.9 Como vê a relação dos museus com o público sénior no futuro próximo?	40
E. Museus e público sénior: Do lado da procura	42
1. Inquérito aos visitantes	42
1.1 Hábitos de visita	42
1.2 Fontes de informação sobre museus	46
1.3 Contexto da visita ao museu	48
1.4 A visita	52
1.5 Tempos livres	54
2. <i>Focus groups</i>	62
2.1 Caracterização sociográfica dos participantes	63
2.2 Análise comparada de <i>focus groups</i> fora dos museus	67
2.2.1. Hábitos de ocupação de tempos livres	68
2.2.2. Representação de 'museu'	72
2.2.3. Experiência de museu ao longo da vida	72
2.2.4. Representação de 'museu' no passado e no presente	79
2.2.5. Canais de comunicação usados e privilegiados	86
2.2.6. Pergunta aberta	88

2.3 Análise de <i>focus groups</i> realizados nos museus	88
2.3.1. Hábitos actuais de ocupação de tempos livres	88
2.3.2. Representação de 'museu'	90
2.3.3. Experiência de museu ao longo da vida	90
2.3.4. Representação de 'museu' no passado e no presente	93
2.3.5. Canais de comunicação usados e privilegiados	96
2.3.6. Pergunta aberta	97
F. Principais conclusões e recomendações	98
1. Hábitos de lazer	98
2. O papel dos museus	98
3. Comunicação / divulgação	99
4. Contexto da visita	100
5. Programação	100
6. Acessibilidades e serviços	101
7. Custos	102
8. Avaliação	103
G. Lista de gráficos e quadros	104
H. Referências bibliográficas e outras	106
I. Anexos	110
1. Inquérito aos museus da Rede Portuguesa de Museus (RPM)	110
2. Listagem de museus da RPM que responderam ao inquérito	114
3. Guião entrevistas Directores / Responsáveis de museus	117
4. Inquérito aos visitantes dos museus	118
5. Guião <i>focus groups</i>	123
6. Listagem de instituições que participaram nos focus groups	126

A. INTRODUÇÃO

Em 2050, 1/3 da população mundial terá mais de 65 anos. Portugal é hoje o 7º país mais envelhecido do mundo (o envelhecimento define-se como o desequilíbrio do rácio de pessoas com mais de 65 anos relativamente a pessoas até aos 25-30 anos; ou a relação entre a esperança de vida que aumenta e a natalidade que diminui ou estagna¹). Juntamente com o aumento da esperança de vida, aumentam também os anos de vida saudável e autónoma. Esta tendência constitui um desafio enorme para os museus. Este é um público que não deve ser ignorado, porque está em crescimento e porque é muito variado nos seus gostos, conhecimentos, capacidades e expectativas.

No entanto, aquando da preparação do seminário anual do GAM em 2010, intitulado *3ª, 4ª, 5ª idade... - Público sénior e museus*, tornou-se claro que os dados sobre a relação deste público com os museus eram praticamente inexistentes. Para além dos dados relativos ao número de visitantes, não existiam outros, nem sócio-demográficos, nem dados qualitativos, relativos a percepções, necessidades, utilização, acessibilidade – física e cognitiva. Assim, no seguimento do desafio lançado ao GAM pela Fundação Calouste Gulbenkian, foi proposta a realização de um estudo de avaliação da relação do público sénior com os museus, assim como da situação actual de museus quanto à população sénior que servem.

1. APRESENTAÇÃO GERAL, OBJECTIVOS E METODOLOGIA

Sem conhecermos o contexto e os públicos com os quais trabalhamos, assim como os que pretendemos envolver, não podemos desenvolver e planear a nossa actividade de forma sustentada, consistente e eficiente. Assim, através do presente estudo, pretende-se elaborar uma base de reflexão sobre as necessidades específicas dos seniores, de forma a orientar programações museológicas e, de um modo mais lato, programações culturais, tendo em vista este público específico.

O estudo tem duas vertentes – A) análise da relação da população sénior com os museus e B) análise da adequação dos museus portugueses à população visitante sénior – sendo que os objectivos concretos do mesmo são:

a. Avaliar a relação da população sénior (visitante e não visitante) com os museus

- Compreender quais os hábitos culturais (ou hábitos de tempo livre) do público sénior;
- Verificar o acesso ao conhecimento, formação contínua (hábitos de leitura, visualização de televisão, utilização da internet, frequência de cursos livres, frequência de Universidades Seniores, entre outros);
- Conhecer a forma como foi construída a sua relação com os museus, com que museus, quando, como, com quem ou com qual instituição;
- Identificar a frequência com que visitam museus e como o fazem;
- Inquirir sobre o tipo de experiência que procuram com a ida ao museu (intelectual, social, emocional, recreativa);
- Aferir as razões que encorajam e os motivam a visitar museus (influência da família e educação escolar, conhecimento, curiosidade, convivialidade, etc.);
- Aferir os principais impedimentos e condicionantes (físicos/mobilidade, cognitivos/intelectuais, simbólicos, económicos);
- Perceber quais os canais de informação utilizados e privilegiados no acesso à informação sobre museus;
- Aferir qual a percepção (representação) que têm dos museus em Portugal (comparação passado/presente).

b. Realizar um diagnóstico do actual panorama dos museus na sua relação com a população sénior:

- Identificar o modo como os planos de actividades dos museus contemplam a população sénior;
- Quantificar o peso da população sénior no universo dos visitantes dos museus portugueses (número de visitantes individuais e em grupos organizados);
- Identificar a existência de programações específicas para o público sénior (cursos, programas expositivos, visitas guiadas específicas, etc.);

¹ Villaverde Cabral, M. (2009). “A política portuguesa para o envelhecimento é pensões e saúde. Não há mais nada”. Entrevista ao jornal *Público* (19 de Novembro de 2009).

- Identificar as condições de acessibilidade dirigidas à população sénior (espaciais e físicas, conteúdos, iluminação, contrastes, tamanho da letra, etc.);
- Identificar estratégias e meios de comunicação utilizados na cativação do público sénior;
- Identificar a existência de parcerias com instituições de apoio à população sénior;
- Fazer o levantamento e a análise da informação estatística e documental disponível.

c. Avaliar a relação dos museus com os visitantes seniores

- Aferir junto dos directores de alguns museus quais são os objectivos contidos na sua programação que visem a representação da população sénior;
- Verificar quais as representações e utilizações do público sénior visitante de museus:
 - Compreender quais os hábitos culturais do público sénior;
 - Compreender como vêm e quais as razões que encorajam e motivam o público sénior a visitar museus em geral e aquele em particular;
 - Compreender quais os principais impedimentos e condicionantes (físicos/mobilidade, cognitivos/ intelectual e simbólicos) do público sénior;
 - Perceber quais os canais de informação utilizados e privilegiados pelo público sénior.

d. Apresentar as conclusões e fazer recomendações no sentido de melhorar a acessibilidade dos museus portugueses no que diz respeito à população sénior

- Identificar quais os principais factores que motivam a visita do público sénior a museus;
- Identificar quais os principais factores que poderão ser determinantes para a inclusão do público sénior nos museus.

O estudo foi realizado com recurso a metodologias de análise qualitativa (*focus groups*, entrevistas), quantitativas (dados estatísticos fornecidos por museus) e mistas (inquéritos auto-administrados). Os museus que participaram no estudo foram escolhidos de acordo com os seguintes critérios:

- museus-membros do GAM;
- museus que recebem um número significativo de visitantes seniores;
- museus que oferecem um maior número de programas dirigidos a visitantes seniores;
- museus de várias tipologias em termos de tutela (nacionais, fundações, privados, autárquicos) e acervo (arte, história, ciência);
- museus representativos das várias regiões do país (excepto regiões autónomas), num total de onze: Museu Nacional de Arte Antiga; Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado; Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves; Museu Calouste Gulbenkian; Museu da Água da EPAL; Ecomuseu Municipal do Seixal; Rede de Museus Municipais de Loures; Museu do Trabalho Michel Giacometti; Museu do Papel Moeda da Fundação Dr. António Cupertino de Miranda; Museu Botânico de Beja / Museu Regional de Beja; Museu Municipal de Faro.

Mais concretamente:

A – Do lado da procura: análise da relação da população sénior com os museus e da adequação dos museus portugueses à população visitante sénior

- Inquérito auto-administrado aos visitantes dos museus acima referidos;
- *Focus groups*:
 - Dez *focus groups*, um por cada museu da nossa amostra de museus-membros do GAM (a visitantes, sem discriminação de escolaridade);
 - Dez *focus groups*, divididos por cinco regiões (Norte, Centro, Lisboa e Vale do Tejo, Alentejo e Algarve), envolvendo visitantes e não visitantes, metade com pessoas com, no mínimo, o 9º ano de escolaridade e a outra metade com pessoas com menos que o 9º ano de escolaridade. Estes *focus groups* foram realizados em centros de dia, academias seniores e universidades de 3ª idade.

B – Do lado da oferta: análise da adequação dos museus portugueses à população visitante sénior

- Entrevistas aos directores /responsáveis dos museus da amostra;
- Inquérito auto-administrado aos museus-membros da Rede Portuguesa de Museus.

B. ACIMA DOS 65 ANOS: TENDÊNCIAS, OCUPAÇÕES E PARTICIPAÇÃO

por Pedro Moura Ferreira *

A sociedade portuguesa é actualmente uma sociedade envelhecida. Desde as últimas décadas do século passado regista-se um aumento ininterrupto da população com mais de 65 anos. A conjugação da queda da fecundidade, do aumento da esperança média de vida e da forte emigração das décadas de 1960 e 1970 justifica a importância do peso numérico deste grupo etário na sociedade. Mas uma sociedade envelhecida é também uma sociedade em que as pessoas vivem mais tempo, tornando o envelhecimento um fenómeno positivo que testemunha os progressos realizados pela humanidade em termos económicos, sociais e biomédicos. A longevidade abre novas perspectivas para os indivíduos e para as sociedades, mas coloca também problemas e desafios.

Com efeito, uma maior longevidade traz mudanças radicais do quadro de vida no que respeita, em particular, ao estado de saúde e à participação na vida social e colectiva. Viver mais tempo significa não só estar mais exposto a doenças crónicas não transmissíveis, mas também ao risco de perda de autonomia, que conduzem frequentemente a situações de dependência e de limitada sociabilidade familiar ou de vizinhança, senão mesmo e não raramente, para situações de completa solidão social ou, então, para instituições de acolhimento desligadas da restante vida social.

Do ponto de vista colectivo, o envelhecimento ameaça a sustentabilidade dos sistemas de saúde e sobretudo da segurança social, desde as reformas e pensões aos cuidados pessoais à velhice dependente, o que torna inevitável a revisão dos seus alicerces sociais e económicos, tendo em conta a necessária equidade das relações intergeracionais. Porém, mais do que o seu custo, o problema colocado pelo envelhecimento ao conjunto da sociedade é o do lugar da velhice na sociedade e a recusa da exclusão dos idosos da vida social e da definição da velhice como uma condição social de dependência. A estigmatização, seja a discriminação excludente ou o preconceito paternalista, condescendente e minorizante, em relação aos chamados ‘velhos’, assume-se assim com uma negação do direito de cidadania a que assiste a qualquer pessoa, independentemente da sua idade.

Os riscos que pesam sobre o envelhecimento não podem, no entanto, ensombrar as perspectivas de vida num horizonte de longevidade acrescida em melhores condições económicas e de saúde. A organização desta fase do curso de vida dependerá em muito da evolução das condições demográficas, sociais e económicas, mas também da reacções dos indivíduos às mudanças que afectam os processos de envelhecimento. É, pois, necessário esboçar as tendências que se perspectivam para o envelhecimento e realizar uma incursão sobre a ocupação do tempo dos actuais seniores como antevisão de possíveis evoluções dos modos de vida e da sua adequação à orientação gerontológica hoje dominante – o envelhecimento activo.

1. TENDÊNCIAS DEMOGRÁFICAS E SOCIAIS DO ENVELHECIMENTO

Segundo os resultados provisórios dos Censos de 2011, a população com 65 ou mais anos é constituída por 2,023 milhões de pessoas, representando cerca de 19% da população total. Este número representa um crescimento de 19% em relação à década passada e confirma a dinâmica de envelhecimento da população portuguesa, que tenderá a acentuar-se nas próximas décadas como revelam as projecções demográficas. De acordo com algumas dessas projecções, a população de 65 ou mais anos deverá atingir valores acima de 30% no ano de 2050 (Magalhães, 2002). O envelhecimento da sociedade, ou seja, o peso das pessoas mais

* Pedro Moura Ferreira, doutorado em Sociologia pelo ISCTE-IUL, investigador do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa e membro do Instituto do Envelhecimento da mesma Universidade. É actualmente responsável pelo Arquivo Português de Informação Social. Desenvolve investigação nas áreas de envelhecimento, curso de vida e género. Tem como publicações mais recentes os livros: *As Sexualidades em Portugal: comportamentos e riscos* e *Mulheres e Narrativas Identitárias: mapas de trânsito da violência conjugal*. Tem actualmente em curso dois projectos de investigação: *Processos de envelhecimento em Portugal: usos do tempo, redes sociais e condições de vida* e *Informação sobre saúde da população portuguesa: Conhecimentos e qualidade percebida das fontes de informação sobre saúde*.

velhas no conjunto da população, constitui um processo inevitável. Este aumento é simultaneamente um resultado da descida de fecundidade, o que os demógrafos designam por envelhecimento na base, e um aumento da longevidade. Há menos nascimentos e vive-se mais.

Com efeito, a natalidade, medida pelo índice sintético de fecundidade (ISF), desenha desde há pelo menos quatro décadas um movimento quase contínuo de descida que, no início da década de 80, ultrapassou o limiar mínimo de substituição de gerações (2,1), para atingir em 2010 um dos valores mais baixos à escala global (1,37)². Em contraste com a queda da fecundidade, a esperança de vida aumenta. Em 2010, a esperança de vida era 79,5 anos. Este número reflecte uma evolução notável, se atendermos a que houve um ganho de mais de dez anos em cerca de três décadas e meia³, que se traduziu naturalmente no aumento da longevidade acima dos 65 anos. Em 2010, a esperança de vida nesta idade situava-se em 18,6 anos⁴.

A extensão da longevidade tem implicado o reforço do grupo de idade mais avançada, a chamada Grande Idade. Com efeito, o grupo acima de 85 anos tem revelado uma taxa de crescimento acima da do grupo de 65 ou mais anos. Os idosos não são apenas mais numerosos como cada vez mais velhos. As fronteiras da vida são empurradas para mais longe, criando condições para a afirmação expressiva de estilos de vida associadas à idade, particularmente ao período de vida pós-trabalho, em que os indivíduos libertos dos constrangimentos do trabalho e das responsabilidades directas associadas à reprodução familiar podem organizar as suas vidas de forma bastante diferente. Pela sua dimensão, diversidade e duração, esta fase do curso de vida parece assumir contornos completamente novos, criando exigências e desafios aos quais as sociedades devem responder.

Um dos aspectos mais evidentes da emergência de novas condições de envelhecimento diz respeito ao número de pessoas de mais de 65 anos a viver sozinha. Em 2011, segundo o Censo, elas representavam 19,8% da faixa etária em causa, a que corresponde uma variação positiva de 29% em relação à década passada. Em termos habitacionais, cerca de 10% dos alojamentos existentes no país são habitados por pessoas de 65 ou mais anos. Mas se a estes juntarmos os 39,8% de indivíduos que vivem exclusivamente com pessoas desse mesmo grupo etário, o número de alojamentos ocupados sobe para 20%. Uma subida de 28,3% relativamente ao penúltimo recenseamento da população. A tendência de envelhecimento da população surge assim acompanhada por um maior isolamento social e geracional, pelo menos no que respeita ao quadro residencial. Há mais pessoas a viver sozinhas ou com outros da mesma idade, o que além de não fomentar o alargamento das redes sociais, parece promover um certo fechamento deste grupo etário sobre si mesmo.

Quer o relativo fechamento geracional, quer o isolamento social, tendem a afectar mais as mulheres, pois estas vivem mais tempo do que os homens. Mesmo que a esperança de vida tenha aumentado para ambos, a diferença temporal manteve-se significativa. Em 2010, a esperança de vida era, respectivamente, de 82,3 e 76,4 anos, e aos 65 anos de 16,8 para os homens e de 20,1 para as mulheres⁵. Viver mais tempo significa aumentar a probabilidade de ficar sozinho, sobretudo quando não é possível contar com laços familiares, em particular dos filhos, que, em muitos casos, simplesmente não existem. A este respeito, os dados do último recenseamento indicam que, embora o número de famílias tenha aumentado⁶, o número médio de pessoas baixou, reflectindo, embora não exclusivamente, a contínua descida da fecundidade, o que significa que haverá pelo menos no horizonte mais próximo cada vez mais pessoas idosas sem filhos, reduzindo os contactos e as redes intergeracionais, já para não falar da possibilidade de contar com apoios familiares informais à medida que forem envelhecendo.

² INE - Estatísticas de óbitos. Disponível em: <http://www.pordata.pt>

³ Com efeito, em 1976, a esperança de vida era de 69 anos, embora com diferenças um pouco mais pronunciadas do que as actuais entre homens (65,3) e mulheres (72,6). INE - Estatísticas de óbitos. Disponível em: <http://www.pordata.pt>

⁴ INE - Estatísticas de óbitos. Disponível em: <http://www.pordata.pt>

⁵ Ver nota anterior.

⁶ Entre 2001 e 2011, o número de famílias aumentou 11,6%, embora o número médio de pessoas por família tivesse descido de 2,8 para 2,6 (INE, Destaque – Censos 2011, Resultados preliminares, 30/6/2011. Disponível em http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=134582847&DESTAQUESmodo=2).

Estas condições, a par do afastamento do mercado de trabalho, favorecem uma representação do grupo de 65 ou mais anos como um grupo de idade centrado em si mesmo e com estilos de vida distintos de outros grupos etários. Um termo comparativo possível é com a juventude, também ela definida a partir da exclusão do trabalho e em grande medida da reprodução familiar, na medida em que exhibe estilos de vida e hábitos culturais distintos. Não que a vida pós-trabalho represente uma segunda juventude, mas a entrada na reforma, ao assegurar uma segurança económica mínima que tem vindo a reforçar-se, possibilita a organização da vida segundo moldes muito diferentes dos que prevaleceram ao longo da vida activa, sobretudo quando está associada a boas condições de saúde.

Viver mais é apenas parte da história, porque se vive também melhor e com mais saúde, embora haja grandes diferenças entre grupos sociais em termos de mortalidade e morbilidade. A longevidade nem sempre indicia qualidade de vida. Envelhecer saudável ou activamente conforme preconizam as actuais normas gerontológicas é ainda em larga medida um objectivo a alcançar; não uma prática acessível ou incorporada por todos aqueles que envelhecem. A saúde é uma condição que penaliza ainda fortemente os modos de envelhecer em Portugal. Porém, os progressos das últimas décadas no campo da saúde, em particular nas respostas no âmbito da política pública, fazem antever condições de saúde mais favoráveis no futuro, que permitirão tirar mais plenamente partido do período de vida pós-trabalho. É pelo menos o que permite antever a evolução da avaliação subjectiva da saúde (*self reported health*) registada por vários inquéritos de saúde realizados no país nas últimas décadas. Referindo os inquéritos de saúde (INS, 1995/96 e 1998/99), a avaliação subjectiva da condição de saúde, medida através das categorias *muito boa, boa, razoável, má e muito má*, revela uma evolução positiva entre os dois inquéritos. Enquanto no primeiro 70% dos inquiridos indicam um nível inferior a *bom*, no segundo essa percentagem baixa para 58% (Santana, 2005; Fernandes, 2008). Como existe uma correlação entre a avaliação subjectiva da saúde e a escolaridade, o aumento continuado desta última faz antever uma aproximação aos padrões europeus (UE15), em relação aos quais se encontra ainda bastante distante. Por exemplo, apenas uma minoria dos inquiridos considera ter uma condição de saúde muito boa, quando em termos europeus, a mesma avaliação é feita por 18,3% dos homens e 14,5 das mulheres (Santana, 2005).

Outra dimensão que se fará sentir significativamente nos termos em que o envelhecimento ocorrerá, especialmente no que respeita aos estilos de vida e hábitos culturais a adoptar durante a vida do pós-trabalho, é a escolaridade. Em termos gerais, o aumento dos níveis de escolaridade é visível de geração para geração. O número de pessoas com educação superior conheceu um grande aumento nas últimas décadas, pelo que a população idosa será cada vez mais instruída, até porque a sua composição mais feminina contribui para isso em virtude de as mulheres apresentarem actualmente nas gerações mais novas níveis de instrução mais elevados do que os homens⁷. Maior educação implicará outros estilos de vida e, sobretudo, consumos culturais mais exigentes e activos. O impacto da escolaridade poderá ser antevisto a partir das actuais ocupações de tempos livres que será abordado mais à frente. O que se pode admitir desde já é que a escolaridade reforçará determinados consumos culturais e formas de ocupações do tempo, que porventura têm ainda uma expressão embrionária na actual geração de reformados.

Um bom exemplo da combinação entre escolaridade, consumos culturais e ocupações do tempo é representado pelo fenómeno da universidade sénior que surgiu na década de 70 com o objectivo de promover o convívio entre os seniores, combater a exclusão social e proporcionar aos mais velhos a possibilidade de aprender ou ensinar. O movimento das Universidades Seniores, designação que tem vindo a substituir a de universidade de terceira idade, ganhou recentemente mais protagonismo com a afirmação do projecto europeu da aprendizagem ao longo da vida⁸. Atendendo ao desenvolvimento da tecnologia e do conhecimento, a educação é cada vez mais considerada como um processo ao longo da vida, que valoriza e envolve outros contextos e agentes educativos, ultrapassando a visão da educação como exclusivamente circunscrita à educação formal ou à preparação para o mundo do trabalho. Como um processo “contínuo ininterrupto”, engloba, por um lado, a dimensão temporal da aprendizagem e, por outro, a multiplicidade de espaços e contextos de aprendizagem. Neste sentido, instituições culturais como bibliotecas, museus ou associações

⁷ Com efeito, em 2011, a população feminina com ensino superior era de 15,1%, enquanto na masculina se situava em 11,5% (INE - Inquérito ao Emprego), disponível em: <http://www.pordata.pt>

⁸ Ver, por exemplo, COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS - Memorando sobre Aprendizagem ao Longo da Vida. Bruxelas: Comissão das Comunidades Europeias, 2000.

educativas constituem espaços não formais ou informais da aprendizagem ao longo da vida e da moderna cidadania, na medida em que a ideia de que é indispensável aprender em qualquer idade incentiva ela própria a participação social.

Apesar de terem aparecido na década de 60, o número de Universidades Seniores em Portugal permaneceu muito reduzido e limitado a Lisboa e Porto. Só nos finais dos anos 90 se deu a verdadeira explosão, como se prova pelo surgimento de dezenas de novas universidades, o qual se ficou a dever à consciencialização do estado e da sociedade em geral da problemática do envelhecimento e do lugar do idoso na sociedade, (Jacob *et al.*, 2012). Segundo os dados da RUTIS (Associação Rede de Universidades da Terceira Idade), em 2011, havia 192 universidades, envolvendo cerca de 30.000 alunos, dos quais a maioria eram mulheres (76%), com idades entre os 60 e os 70 anos, reformados ou domésticas (80%) e com habilitações desde a 4ª classe até ao doutoramento, mas com predomínio do nível médio (Jacob, 2003; Jacob, *et al.*, 2012).

Este movimento, que aqui é tomado como exemplo das mudanças que afectam a condição social dos seniores, justifica-se não só por razões demográficas mas também sociais. A esperança de vida é mais elevada, as condições económicas têm vindo a melhorar para um número crescente de idosos, os cuidados de saúde estão mais generalizados do que há algumas décadas atrás, assim como o acesso à cultura e à educação. A institucionalização generalizada da reforma, mesmo para os mais desprotegidos dos esquemas da segurança social, devido à garantia de uma pensão mínima que permite atenuar a pressão da luta pela sobrevivência, assegurou os fundamentos para organizar o período de vida pós-trabalho em termos completamente novos, sobretudo quando as idades efectivas da reforma foram encurtadas através de esquemas como os da pré-reforma ou da reforma antecipada, fazendo com que os reformados de hoje sejam mais jovens do que os da geração anterior.

Esta aparente 'juvenilização' dos reformados transparece na média de idades dos novos pensionistas de velhice. Para referir apenas dois números, a idade média em 2011 era de 62,1 anos⁹, enquanto uma década antes se situava nos 64,1 anos¹⁰. Porém, é pouco provável que esta tendência de relativa 'juvenilização' dos reformados se prolongue no futuro. Os governos, mais nuns casos do que noutros, mas um pouco por todo o lado, têm vindo a promover reformas no sentido do adiamento da idade da reforma e do prolongamento da vida activa como resposta aos problemas de sustentabilidade financeira da segurança social, a qual, no actual quadro da política de transferência intergeracional e de baixa taxa de fecundidade, obriga ao prolongamento das carreiras contributivas. Neste sentido, o facto de os indivíduos viverem mais e usufruírem de melhores condições de saúde tem constituído argumento para justificar o prolongamento da actividade profissional por mais tempo¹¹. Apesar de estarem a ser fortemente impulsionadas pelas pressões financeiras do sistema de segurança social, as reformas em torno do prolongamento da idade ativa visam também adaptar os indivíduos e a sociedade a um cenário em que os indivíduos vivem mais e se mantêm saudáveis por mais tempo.

A vantagem de se manter activo consiste em poder integrar-se de uma forma mais ampla na sociedade, evitando, ou pelo menos adiando, a diminuição dos contactos sociais e institucionais que resulta normalmente da passagem à reforma. Manter a ligação ao mundo do trabalho é prolongar uma ligação à sociedade bastante mais forte do que aquela que resulta da entrada na inactividade. Neste sentido, é desejável que a inactividade surja o mais tarde possível. O horizonte temporal da vida pós-trabalho parece também ser objecto de reformulação, pondo igualmente em questão as bases nas quais o envelhecimento deve assentar.

2. O ENVELHECIMENTO ACTIVO: UMA NOVA REFORMULAÇÃO DA CONDIÇÃO IDOSA?

Conscientes dos problemas e desafios que resultam do aumento da longevidade, mesmo considerando as novas perspectivas que se abrem para a vida dos indivíduos, as organizações

⁹ Referimos apenas os pensionistas da segurança social. Para os pensionistas da Caixa Geral das aposentações (CGA), a idade média está ligeiramente abaixo dos 60 anos em 2011, embora se assista a um certo agravamento ao longo da última década. Fonte de Dados: CGA/MFAP, disponível em: <http://www.pordata.pt>

¹⁰ Fonte de Dados: CNP/MTSS, disponível em: <http://www.pordata.pt>

¹¹ A longevidade está na base do aumento do peso numérico dos pensionistas em relação à população activa. Apenas referindo as duas últimas décadas, em 1990 era de 49,2%; de 55,6% em 2000; e de 66,2% em 2010. Fonte de Dados: INE-CGA/MFAP-IGFSS/MTSS (até 1998); INE-CGA/MFAP-CNP/MTSS (a partir de 1999), disponível em: <http://www.pordata.pt>

internacionais como a ONU, através da Organização Mundial de Saúde, a Comissão Europeia ou a OCDE, têm vindo a chamar atenção das sociedades para os problemas do envelhecimento e a apontar medidas susceptíveis de enformar as políticas públicas que visam responder a esses problemas. O quadro dos princípios e orientações elaborado por estas organizações é conhecido por 'envelhecimento activo' e constitui, actualmente, um paradigma necessário para entender as questões que o envelhecimento coloca às sociedades e as soluções que devem ser desenvolvidas.

O que se entende por 'envelhecimento activo'? Segundo a OCDE, o envelhecimento activo deve ser entendido como "a capacidade de as pessoas que avançam em idade levarem uma vida produtiva na sociedade e na economia. Isto significa que as pessoas podem elas próprias determinar a forma como repartem o tempo de vida entre as actividades de aprendizagem, de trabalho, de lazer e de cuidados aos outros" (OCDE, 1998, p. 92). A definição realça a necessidade de prolongar a condição de activo desde que as condições de exercício profissional possam acompanhar os condicionalismos resultantes do processo de envelhecimento. A repartição do tempo entre tarefas produtivas e não produtivas, segundo as preferências e as necessidades do indivíduo, pressupõe uma desvinculação gradual do mundo do trabalho.

Numa lógica um pouco diferente, a Organização Mundial de Saúde define-o como um processo de "optimização das possibilidades de saúde, de participação e de segurança, a fim de aumentar a qualidade de vida durante a velhice" (OMS, 2002, p. 12). A qualidade de vida é claramente a tónica dominante da definição e, ainda que as condições de saúde sejam enfatizadas, estão longe de contemplar apenas os aspectos médicos. O envelhecimento activo não se restringe ao âmbito dos comportamentos promotores da saúde, mas leva em consideração os factores ambientais e pessoais que interagem com as condições de saúde. As envolventes que enquadram o envelhecimento, como a família, a comunidade e a sociedade em que o processo ocorre, exercem um impacto enorme na forma como se envelhece. Com efeito, para a OMS, "o termo *activo* refere-se à participação contínua nas questões sociais, económicas, culturais, espirituais e cívicas, e não só à capacidade de estar fisicamente activo ou de fazer parte da força de trabalho".

O objectivo do envelhecimento activo é, assim, bastante amplo e visa aumentar a expectativa de uma vida saudável, que mantenha a autonomia e a independência, bem como "a qualidade de vida de todas as pessoas que estão a envelhecer, inclusive as que são frágeis, fisicamente incapacitadas e que requerem cuidados de saúde". Numa palavra, a preocupação da OMS é responder aos problemas que resultam do facto de as pessoas viverem mais tempo e da importância crucial de preservarem a saúde, sem a qual não é possível garantir a qualidade de vida. Longe de circunscrever a saúde ao perímetro do indivíduo e a pressupostos biomédicos, a saúde engloba "o bem-estar físico, mental e social", pelo que as políticas e os programas que promovem a saúde e as relações sociais são tão importantes como os que melhoram as condições físicas de saúde. Este último aspecto é particularmente importante numa sociedade como a portuguesa. Com efeito, o envelhecimento da população portuguesa é, como referimos, acompanhado nas últimas décadas por uma contínua descida da fecundidade, que tornou Portugal uma das sociedades mais envelhecidas no mundo. As pessoas idosas viverão, ainda mais do que actualmente, sozinhas ou com outras da mesma idade. Em virtude da descida da fecundidade, cuja inversão não se avizinha no horizonte mais próximo, a população adulta sem filhos tenderá a aumentar, pelo que as relações intrageracionais ganharão protagonismo relativamente às relações intergeracionais. O lado social do envelhecimento activo passará assim pela reformulação das redes de solidariedade e de sociabilidade ao longo da idade.

Enquanto programa de intervenção na sociedade voltado para a mudança dos processos de envelhecimento e que procura, ao mesmo tempo, responder aos problemas do aumento da longevidade, o paradigma do envelhecimento activo não é meramente uma justificação para o aumento das carreiras profissionais e contributivas, mas antes um convite para reformular a articulação entre a actividade e a reforma, entre o trabalho e a saúde, entre a participação e a exclusão, enfim, para que se caminhe para uma sociedade de todas as idades.

3. SENIORES E TEMPOS LIVRES

As tendências demográficas não deixam dúvidas quanto ao aumento da população de mais de 65 anos. Este crescimento será muito provavelmente acompanhado por uma melhoria nos níveis de saúde e de rendimento, mesmo descontando as quebras que este tem registado em

virtude da crise económica e do processo de ajustamento da economia portuguesa. Os ganhos registados nestes domínios nas últimas décadas permitem antever o aumento da longevidade como um tempo de oportunidades de lazer, mesmo que persista alguma incerteza em relação ao impacto que o provável prolongamento da vida activa possa causar na idade de entrada na reforma. Com efeito, a melhoria dos níveis de saúde da população activa e os problemas de sustentabilidade da segurança social têm constituído argumentos poderosos no sentido do adiamento da idade de reforma e da flexibilização da passagem entre a vida activa e a inactividade. Contudo, o aumento da esperança de vida e a melhoria das condições de saúde dos indivíduos da metade superior da pirâmide etária podem não compensar a tendência de agravamento da idade de reforma. Se esta se elevar para perto dos 70 anos, quando no início deste século andava em torno dos 60 anos, os indivíduos, pelo menos em determinados grupos sociais, poderão ter um período de reforma, no sentido de abandono definitivo da vida activa, menos longo do que actualmente, mesmo que vivam mais tempo. Seja de forma voluntária ou involuntária, a entrada no tempo do pós-trabalho pode vir a ocorrer numa idade mais avançada do que a actual e implicar um abandono progressivo do mundo do trabalho, e não uma saída abrupta como acontece hoje. Independentemente da forma como essa transição vier a ocorrer, o tempo da reforma não deixará de contemplar e prolongar as tendências que hoje se registam nas ocupações e nos tempos livres dos seniores.

3.1 Prática de actividades de tempos livres

A incursão pelas actividades de lazer e de tempos livres dos seniores portugueses recorre sobretudo a um inquérito recente¹² que disponibiliza indicadores de participação num conjunto de actividades de âmbito diversificado (culturais, sociais, expressivas, físicas e instrumentais) realizadas em contexto individual ou colectivo.

De acordo com os valores globais das actividades praticadas durante os tempos livres apresentados no Gráfico 1, as que registam maior frequência são, previsivelmente, ver televisão (98,2%) e realizar tarefas domésticas (84%). Fora destas actividades de maior rotina diária, surgem a seguir *passar* (76,6%), *ler* (73,4%), *visitar amigos e conhecidos ou convidá-los para sua casa* (61,8%), *ouvir música* (55,2%) e *ouvir rádio* (53,9%). As restantes actividades diferenciam-se por práticas menos frequentes e, em muitos casos, praticamente residuais. Entre as actividades praticadas por menos de metade dos inquiridos, emergem as seguintes: *jardinagem/tratar da horta* (47,9%), *tratar ou passear um animal de estimação* (44,3%), *fazer artesanato, trabalhos manuais e reparações caseiras* (36,5%), *praticar desporto* (26,1%), *fazer palavras cruzadas/quebra-cabeças* (24,9%). Com menos de um quinto de inquiridos surgem os *jogos de mesa* (19,1%), *ir ao cinema, concertos, teatros, museus, galerias ou exposições de arte* (16,6%), *assistir a eventos desportivos* (15,2%), *usar o computador* (13,5%), *realizar uma actividade artística* (9,2%), *participar em eventos promovidos por partidos políticos, sindicatos ou movimentos cívicos* (4,1%) e, por último, *frequentar cursos ou acções de formação por sua iniciativa* (2,7%).

As ocupações de lazer e de tempos livres variam significativamente segundo as características sociodemográficas dos indivíduos. São os homens quem pratica com maior frequência a maioria das actividades, havendo diferenças bastante significativas entre a prática masculina e a feminina. *Assistir a eventos desportivos* (23,8%), *jogar jogos de mesa* (23,6%), *visitar/receber amigos* (19,9%) ou *ler diariamente* (19,7%) são as actividades em que os homens se distanciam mais das mulheres, se excluirmos a que revela maior amplitude que é, precisamente, a realização das tarefas domésticas a cargo essencialmente destas últimas (26%). Estas diferenças não podem deixar de se reflectir na satisfação em relação aos tempos livres. Embora, globalmente, a satisfação seja elevada, com a maioria dos inquiridos a assinalar as respostas *muito satisfeito* (12,1%) ou *satisfeito* (54,7%), as mulheres revelam-se um pouco mais insatisfeitas (8,1%) do que os homens (6%). Seria igualmente possível mostrar que a satisfação varia com outras variáveis sociográficas, designadamente, a maior satisfação dos inquiridos de menos idade, dos casados e dos mais instruídos relativamente aos inquiridos mais velhos, menos instruídos e viúvos. Ou seja, apesar de a satisfação com as actividades de lazer e de tempos livres ser muito elevada, com uma percentagem acima dos 60%, quem se declara mais satisfeito são, porém, os indivíduos do sexo masculino, os mais novos e os mais escolarizados.

¹² Referimos ao inquérito *Processos de Envelhecimento em Portugal: Usos do tempo, redes sociais e condições de vida*, realizado em 2011 no Instituto de Ciências Sociais, com o apoio da Fundação Francisco Manuel dos Santos, e cujos resultados se encontram em fase de publicação. Os dados aqui apresentados referem-se à população com 65 ou mais anos.

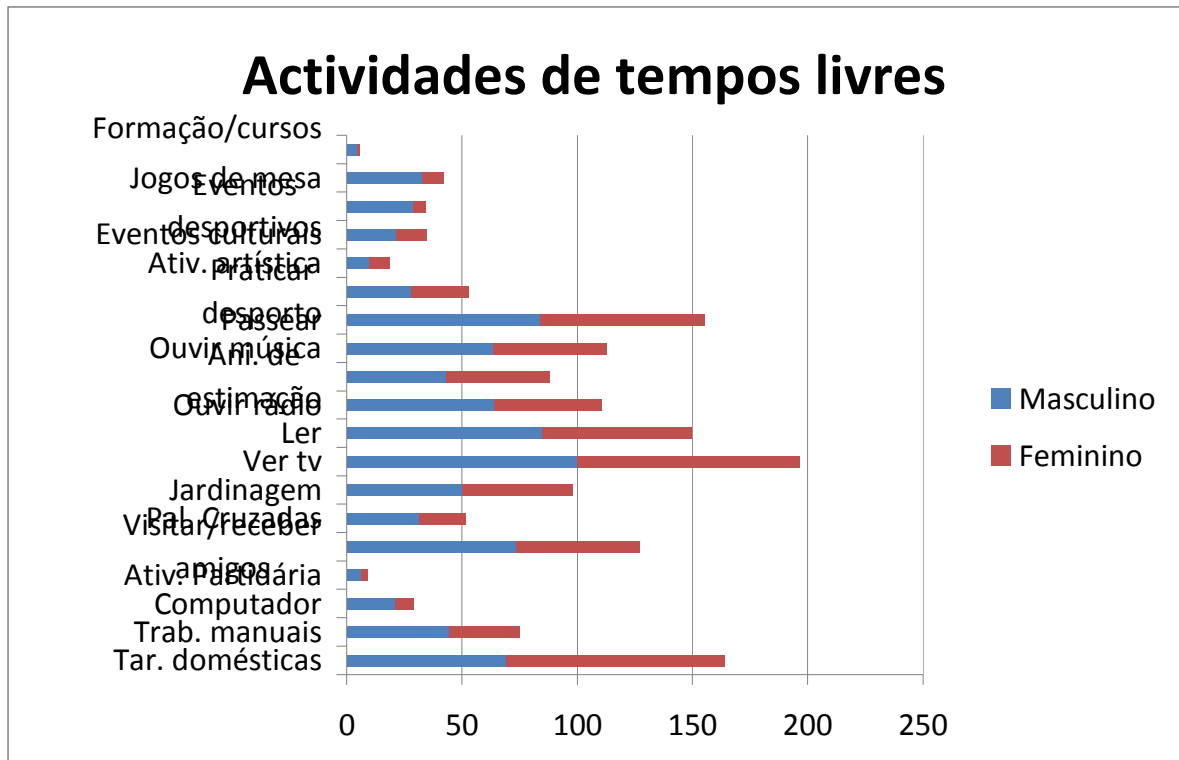


Gráfico 1

3.2 Atividades dentro e fora de casa

Uma dicotomia interessante para analisar as atividades de lazer e de tempos livre é a que se constitui com base no critério *indoor/outdoor* (dentro e fora de casa). Ainda que esta classificação não seja totalmente coincidente com a que estabelece uma oposição entre as atividades de natureza passiva e as activas, o critério adoptado permite chamar a atenção para algumas implicações que decorrem dos contextos sociais onde elas ocorrem. As atividades realizadas fora de casa implicam normalmente um envolvimento com os outros e uma certa participação social que, em alguns casos, até pode ser bastante intensa. Pelo contrário, as que são realizadas dentro de casa caracterizam-se pelo facto de muitas vezes suscitarem uma postura mais passiva, como no caso evidente da televisão, mas sobretudo pelo facto de serem individualmente realizadas ou praticadas. Em qualquer um dos contextos, no entanto, é também importante ter em consideração o número de actividades realizadas na medida em que revela o grau de envolvimento com a natureza *indoor/outdoor* das actividades de lazer e de tempos livres.

Questionados se costumam sair de casa durante o fim-de-semana, 29,4% dos inquiridos responderam negativamente e 70,6% afirmativamente, qualquer que fosse o tempo passado fora de casa. A maioria dos inquiridos aponta (53,4%), em média, um tempo de saída num fim-de-semana que não excede normalmente 3 horas; quase um terço não vai além de 7 horas; e os restantes (14%) indicam um tempo de ausência de casa acima deste último. A distribuição das saídas de fim-de-semana encontra diferenças significativas do mesmo tipo das diferenças registadas em relação às actividades de lazer e de tempos livres. Assim, verifica-se que as saídas são mais frequentes nos homens do que nas mulheres; nos mais novos do que nos mais velhos; nos mais instruídos do que nos menos instruídos; nos casados por contraponto aos viúvos.

Considerando a prática de actividades realizadas dentro e fora de casa, verifica-se que é maior o número das que são praticadas dentro (4,7) do que fora de casa (2). Evidentemente, esta propensão num sentido ou noutro é fortemente moldada pelas variáveis sociográficas. Em termos médios, para o total dos inquiridos, os homens praticam mais actividades do que as mulheres, quer dentro de casa (respectivamente, 5,1 e 4,4) como fora (2,1 contra 1,9). As diferenças são também visíveis no que respeita à idade: quanto mais velho, menos activo. Os

mais novos tendem a ser mais activos no exterior do que em casa. Em relação à escolaridade, os indivíduos mais instruídos destacam-se dos menos instruídos no número médio de actividades praticadas dentro e fora de casa. Este valor chega, aliás, a ser do dobro entre estes dois grupos. Relativamente ao estado civil, os viúvos destacam-se pela baixa actividade enquanto os divorciados se revelam os mais activos tanto em casa como, principalmente, fora dela. As diferenças são ainda visíveis em termos socioeconómicos. Como seria expectável, quanto maior o rendimento, maior o número de actividades realizadas dentro e fora de casa. Os indivíduos que declaram um nível de rendimento baixo assinalam menos actividades, quer dentro de casa como no exterior, relativamente aos que têm um rendimento mais elevado que apresentam um nível mais intenso de actividade. Importa também referir que as pessoas com redes sociais mais alargadas e tendencialmente não familiares revelam um envolvimento mais intenso em actividades realizadas fora de casa.

Além destas condicionantes sociográficas, a propensão para a realização de actividades de lazer e de tempos livres, principalmente as que ocorrem fora de casa, está, naturalmente, dependente do estado de saúde. Considerando o estado subjectivo de saúde e a presença de impedimentos físicos e psicológicos que impeçam a prática normal das actividades, os resultados apontam de forma expectável para correlações entre eles e o nível de envolvimento nas actividades. Quem assume ter uma boa ou relativamente boa condição de saúde e poucos ou nenhuns impedimentos físicos ou psicológicos tem um nível superior de actividade, quer dentro como fora de casa, relativamente aos indivíduos que assinalam uma condição de saúde menos boa ou cujos impedimentos físicos e psicológicos impedem um nível mais intenso de actividade.

Torna-se evidente a existência de correlações entre as actividades realizadas, os perfis sociográficos das mesmas, os espaços em que ocorrem e a condição de saúde. Por exemplo, sair de casa no fim-de-semana introduz diferenças no número de actividades realizadas. Em média, quem não sai de casa durante o fim-de-semana, realiza menos uma actividade, seja dentro ou fora de casa, em comparação com os que costumam sair. Deste modo, níveis de actividade e mobilidade caminham juntos, reforçando-se mutuamente e marcando diferencialmente os caminhos do envelhecimento.

3.3 Pertença associativa

Segundo os dados do estudo *Processos de Envelhecimento em Portugal: Usos do tempo, redes sociais e condições de vida*, um pouco mais de metade dos indivíduos de 65 ou mais anos pertenceu (28%) ou pertence a uma ou mais associações, podendo a pertença actual consubstanciar-se numa participação passiva (13%) ou activa (10,3%). A primeira transforma o associado num mero utente dos serviços ou actividades disponibilizados pela associação; a segunda traduz-se em papéis como o de dirigente ou de elemento dinamizador da associação. A outra metade (49,7%) nunca teve pertença associativa ao longo da vida. O tipo de associação a que os inquiridos mais aderem revela na primeira linha os clubes desportivos, os sindicatos, as associações de solidariedade social, as culturais e as de pais. As associações de defesa do património, partidos políticos, de consumidores e de ar livre são as que suscitam a menor adesão por parte dos indivíduos.

Este perfil da pertença associativa é, de certo modo, moldado pelo curso de vida. A adesão a associações como os sindicatos, os partidos políticos, as associações de pais ou de moradores é maior em fases anteriores da vida. À medida que se envelhece, assiste-se a um enfraquecimento do envolvimento dos indivíduos em relação a instituições com as quais estabelecem rupturas, como é o caso do trabalho e, de forma equivalente, com instituições ligadas à educação dos filhos que entretanto cresceram. Depois da reforma, os indivíduos vinculam-se a outro tipo de instituições, que concorrem com outros objectivos e que promovem sentimentos distintos de utilidade e participação, pelo que a pertença associativa tende a circunscrever-se preferencialmente às associações culturais, associações de defesa do património/ambiental e associações de solidariedade social.

Considerando a pertença associativa actual, verificam-se assimetrias significativas de participação entre homens e mulheres que se traduzem, por um lado, numa pertença masculina superior à feminina na maior parte das associações, e, por outro, em preferências diferenciadas. Enquanto a adesão masculina é aos clubes desportivos, a feminina manifesta-se em relação às associações de solidariedade social. Como seria de esperar, a pertença associativa diminui de forma considerável à medida que se envelhece, de acordo com as

diferenças encontradas entre os indivíduos mais novos (65-75 anos) e os mais velhos (+ 75 anos). A educação é igualmente uma variável crítica que condiciona a adesão associativa no sentido em que essa adesão aumenta em função do grau de instrução.

O tempo que ocupam nas associações é bastante variável segundo os inquiridos. Relativamente à associação onde passaram mais tempo nos últimos 12 meses, cerca de um quarto dos inquiridos participa activamente em eventos ou reuniões pelo menos uma vez por semana, cerca de metade menos do que uma vez por semana e o restante quarto não tem participação no último ano. As diferenças encontram-se sobretudo ao nível da escolaridade e no estado civil, com os indivíduos mais escolarizados (ensino superior) a participar mais intensamente do que os menos escolarizados e os solteiros menos do que os casados e os divorciados/separados.

3.4 Participação em actividades institucionalizadas para a 3ª idade

Além do mundo associativo, é necessário considerar outro tipo de participação que passa pelas instituições que de forma directa lidam com os problemas da população idosa mais pobre com carências de vária ordem, incluindo a solidão. Um pouco mais de um quarto dos inquiridos participa em pelo menos uma entidade ou organização que promove actividades orientadas para os reformados ou a 3ª idade. As instituições mais vezes referidas são a igreja/centros paroquiais, as juntas de freguesia, as colectividades recreativas e os serviços da câmara municipal. Outras instituições ou entidades, como as instituições particulares de solidariedade social, centros de dia, INATEL, Universidades Seniores, apresentam níveis de adesão substancialmente mais baixos (inferiores a 5%).

Estas instituições são objecto de procura diferenciada por parte de homens e de mulheres. Em termos gerais, os homens tendem a ter uma presença mais forte do que as mulheres, excepto no caso das entidades religiosas e das Universidades Seniores em que a participação feminina é mais expressiva. As mulheres participam mais em actividades promovidas por entidades religiosas, seguidas pelos serviços das câmaras municipais e das juntas de freguesia. Os homens, por sua vez, participam mais nas colectividades recreativas e nas juntas de freguesia. Verifica-se também que são, por um lado, as pessoas entre os 65 e os 74 anos, e, por outro, as que são casadas ou viúvas que mais participam nas instituições/entidades orientadas para proporcionar actividades e ocupações para os reformados ou para a 3ª idade.

Relativamente ao tempo passado nestas instituições/entidades, um em cada dez inquiridos assinala uma frequência diária; um pouco mais de 40% marca presença pelo menos uma vez por semana; um número ligeiramente menor a este último, menos de uma vez por semana; e apenas 6,3% não teve participação no último ano. É assim evidente que os tempos de ocupação nas instituições/entidades em causa são bastante variáveis e, para a maioria deles, longe de preencher o tempo livre, até porque apenas uma parte da população de 65 ou mais anos as frequenta.

3.5 Actividades de apoio e prestação de cuidados

Uma parte da população sénior ocupa os tempos livres com actividades que assumem um carácter mais vinculativo do que optativo, como no caso de tomar conta de crianças, sobretudo dos netos, e prestar apoio não remunerado a pessoas adultas. É por estas actividades, que exigem tempo e dispêndio de energia, que passam uma boa parte das contribuições à sociedade realizadas pelas pessoas idosas. Apesar de não envolverem fluxos financeiros, essas actividades não deixam de representar formas de trabalho não remunerado, pelo que também podem ser vistas como voluntárias, embora mais circunscritas ao ambiente familiar do que ao público.

A ocupação com as crianças, que são na maior parte das vezes os netos, seguidos pelos sobrinhos e pelos filhos de amigos, representa uma actividade mais generalizada do que os cuidados a adultos, envolvendo segundo os dados do inquérito cerca de um quarto da população. As mulheres, sobretudo as de meio popular, surgem, sem surpresa, mais envolvidas nesta actividade, que tende a intensificar-se em função da dimensão das redes pessoais: quanto mais extensas, maior a tendência para tomar conta de crianças. O tempo ocupado a cuidar de crianças é naturalmente variável mas, no caso mais extremo, pode atingir nove horas diárias, o que representa sem dúvida um forte constrangimento à gestão do lazer.

Os cuidados proporcionados a adultos parecem envolver uma percentagem menos elevada, implicando menos de um quinto da população. Os destinatários desses cuidados são normalmente familiares, em especial os pais ou o cônjuge, mas também, em menor grau, amigos e vizinhos. Em termos de ocupação, as mulheres dedicam mais tempo que os homens: em média, mais um dia por semana, e quase mais 3 horas diárias, embora a prestação de cuidados tenda a ser proporcionada pelos indivíduos mais novos do grupo etário em causa. Como no caso da ocupação com crianças, o cuidar de outros adultos é normalmente uma actividade regular e vinculativa que condiciona a disponibilidade para a realização de actividades de lazer de acordo com os interesses pessoais.

4. ENVELHECIMENTO E PARTICIPAÇÃO SOCIAL

De acordo com os indicadores analisados, a diversidade das actividades de tempos livres da população sénior, que nem sempre são sinónimo de lazer, tende a ser formatada por algumas variáveis sociais. A primeira, sem dúvida, a idade na medida em que se verifica uma mudança no tipo de actividade em que se ocupa o tempo em função dela. Esta mudança é visível no tipo de associações e entidades às quais as pessoas aderem ao longo do curso de vida. Se durante a vida activa é mais expressiva a vinculação a sindicatos e associações profissionais, assim como a associações de pais, após a reforma, observa-se uma desvinculação deste tipo de associações e uma adesão a associações de âmbito desportivo, cultural e de solidariedade social. Essa desvinculação pode também ser compensada pela realização de actividades institucionalizadas para a terceira idade, nomeadamente actividades promovidas pelos serviços das câmaras municipais, juntas de freguesia, entidades religiosas e colectividades recreativas. Assim, à medida que se envelhece, tende-se a participar menos e de maneira diferente, pelo que são os mais novos que revelam níveis de participação mais elevados, quando comparados com os mais velhos. A idade de entrada na reforma é uma variável importante para determinar o grau de actividade, especialmente no que toca à participação social, embora as preferências no que respeita à participação ou ao tipo de actividade sejam também condicionadas pelo sexo ou pelos níveis de instrução. Estes últimos são relevantes nas preferências culturais, enquanto o sexo se revela crucial na intensidade do envolvimento e na natureza *outdoor* / *indoor* das actividades.

Estimular a participação na vida colectiva e evitar a rejeição dos idosos são sem dúvida objectivos do envelhecimento activo. As mudanças na condição social dos mais velhos, designadamente a longevidade acrescida, a melhoria do estado de saúde, a situação económica tendencialmente mais favorável e, sobretudo, o aumento da escolaridade, vão no sentido de fomentar essa participação. No entanto, para que esta se desenvolva, é necessário um aprofundamento das respostas institucionais de forma a ir ao encontro da procura social e cultural que uma população mais exigente não deixará de colocar. Devido, sem dúvida, ao impacto da escolaridade no perfil das actividades dos seniores, mas também de outras mudanças, como as que dizem respeito aos papéis de género. Nesta perspectiva, o conceito de aprendizagem ao longo da vida ganha uma relevância especial, pois aponta para a necessidade de uma vasta oferta cultural que terá de assentar no protagonismo de instituições culturais, como as bibliotecas, museus, Universidades Seniores ou associações de natureza cultural ou educativa. As respostas institucionais terão de ultrapassar o âmbito assistencialista a que parece reduzir-se a política pública e apontar para objectivos mais amplos de participação e de integração na vida colectiva, sobretudo quando a queda da fecundidade não poderá deixar de reforçar as redes intrageracionais de sociabilidade e de solidariedade como forma de evitar a solidão e o isolamento social.

Apesar de serem cada vez mais numerosas, as pessoas idosas não têm vindo a ganhar protagonismo na sociedade, permanecendo basicamente afastadas dos processos de decisão. A participação na vida colectiva, conforme preconizam as normas gerontológicas do envelhecimento activo, constituiria assim o antídoto que permitiria não só contrariar o sentido de exclusão a que os preconceitos condenam os idosos, mas também desenvolver uma cidadania dos seniores e dos seus direitos de participação na sociedade.

C. MUSEUS E PÚBLICO SÉNIOR

Uma das tendências mais significativas nas últimas décadas na teoria e na prática museológica, a nível internacional, tem sido a orientação para os visitantes, para as pessoas. Na definição do que é um museu, as funções directamente relacionadas com as pessoas (expor e comunicar) sempre estiveram incluídas, mas esta relação ganhou um destaque especial na ‘redefinição’ ou na adaptação das definições elaboradas pelo próprio ICOM, mas também por associações de museologia nacionais.

A definição do ICOM¹³ refere-se a uma instituição ao serviço da sociedade e aberta ao público. No entanto, pensamos que a mudança de paradigma reflecte-se muito melhor na actual definição da Museums Association de Inglaterra, que veio substituir a anterior em 1997¹⁴, e que retirou o destaque das funções para o colocar nas pessoas, destinatário final de toda e qualquer função do museu e sua *raison-d’être*.

Ao contrário do que se possa pensar, este não é propriamente um desenvolvimento recente no pensamento museológico. Cada área tem os seus visionários e, entre outros, a museologia teve John Cotton Dana, director do Newark Museum. Em 1917 Cotton Dana escrevia¹⁵:

“Hoje, os museus de arte são construídos para guardar objectos de arte e os objectos de arte são comprados para serem guardados em museus. Como parece que os objectos fazem o seu trabalho quando são bem guardados e os museus parecem servir o seu propósito quando guardam bem os objectos, isto tudo é tão útil no esplêndido isolamento de um parque distante como no centro da vida da comunidade que o possui. Amanhã, os objectos de arte serão comprados para dar prazer, para fazer com que os modos das pessoas pareçam mais importantes, para promover capacidades, para exaltar o trabalho manual e para aumentar o gosto pela vida acrescentando-lhe novos interesses”.

Quase um século depois, podemos dizer que, mesmo quando as limitações em termos de recursos financeiros e humanos condicionem a prática, na teoria, na sua forma de pensar, grande parte dos profissionais de museus, e muito em particular aqueles que trabalham nos serviços educativos, têm integrado o conceito do “museu para as pessoas”. Do museu que abre as portas, que procura comunicar, inspirar, maravilhar, mas também envolver as pessoas, ser relevante para elas, ser um espaço de encontro e também de confronto de ideias, de partilha e de convívio.

“Which museums will survive in the 21st century? Museums with charm and museums with chairs.”

Kenneth Hudson

Kenneth Hudson foi outro visionário. Com base no acima exposto, as suas palavras podem ser interpretadas de forma metafórica: as cadeiras podem representar esse museu aberto, acolhedor, convivial e envolvente. Esses museus sobreviverão no século XXI porque entendem que a sustentabilidade é também uma questão de afectos, de relevância e de acesso. Museus sem pessoas não são museus. São instituições distantes, frias, incompreensíveis e, conseqüentemente, irrelevantes.

No entanto, as ‘cadeiras’ de Kenneth Hudson podem também ser interpretadas de forma literal. Considerando o envelhecimento da população em todos os países do chamado ‘primeiro mundo’, o aumento da esperança de vida, o aumento do tempo livre depois da reforma e a necessidade de o ocupar com actividades que proporcionam o convívio, o divertimento, mas também novos conhecimentos e desafios, podemos facilmente concluir que a chamada

¹³ Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberto ao público, que adquire, conserva, investiga, comunica e expõe o património material e imaterial da humanidade e do seu envolvente, com fins de educação, estudo e deleite.

¹⁴ A definição “Um museu é uma instituição que coleciona, documenta, preserva, expõe e interpreta evidências materiais e a informação a elas associada para o benefício do público” foi substituída por “Os museus permitem às pessoas explorar colecções para se inspirarem, para aprenderem e para se divertirem. São instituições que colecionam, salvaguardam e tornam acessíveis objectos e espécimes, que gerem pela sociedade.”

¹⁵ Cotton Dana, J. (1917). “The gloom of the museum”. In: *The New Museum Series*. Republicado em Anderson, G. (ed) (2004). *Reinventing the museum: Historical and contemporary perspectives on the paradigm shift*. Altamira.

'terceira idade' representa para os museus um potencial público que está a aumentar e ao qual deverá ser prestada especial atenção para se conseguir potenciar uma relação eficaz e duradoura.

Um dos estudos mais completos que encontramos – aliás, o único – sobre a relação dos museus com o público sénior é um estudo australiano, realizado pelo Australian Museum e o National Museum of Australia e publicado em 2003 (Kelly et al, 2003). Considerando as tendências demográficas acima descritas, e que afectam de igual forma também a Austrália (em 2051, 26% da população terá 65 anos ou mais), os dois museus procuraram saber mais sobre este público com o objectivo de elaborar de forma mais informada e sustentada o seu plano estratégico e programático. O estudo identifica hábitos de lazer, nível de interesse e envolvimento com os museus e outras instituições culturais, percepções relativamente aos museus, tipos de programas que poderiam atrair os seniores, questões relacionadas com a acessibilidade.

“Não costumava ir quando era mais novo. Nem morto me encontrariam num deles, cheiravam a mofo e eram velhos. Agora tenho uma apreciação diferente. Quando somos mais velhos, apreciamos as coisas mais belas, a história. Valorizamos mais as coisas à medida que envelhecemos”.

In: *Energised, engaged, everywhere: Older Australians and Museums*

Muito sucintamente, no que diz respeito à relação com os museus, os resultados deste estudo apontam para 35% de inquiridos com um interesse geral sobre museus, sendo que 47% procuram activamente estar a par das novidades que eles têm a propor em termos, concretamente, de actividades. Em termos da motivação para a visita a um museu, a maioria refere-se à procura de novas experiências (77%), divertimento (71%), novas aprendizagens (71%) e à vontade de fazer algo com os netos e a família (70%).

O estudo inclui ainda um enquadramento sociológico para a definição deste público e no fim apresenta recomendações relativamente a questões como programação, criação de exposições, comunicação e promoção, serviços e acessibilidades. Destacaríamos aqui um aspecto chamado pelos autores do relatório “o papel dos museus”: no actual contexto demográfico, os museus oferecem ao público sénior a oportunidade de estar em contacto com a vida contemporânea da comunidade, contribuindo assim para a redução dos efeitos do isolamento social, para além da oportunidade de envolvimento activo, nomeadamente através do voluntariado.

Para além deste estudo de públicos (como referimos, o único que conseguimos encontrar e que vai ao encontro dos objectivos do nosso), existem outros artigos e estudos que exploram vários aspectos da relação dos museus com o público sénior.

Em 2010, foi publicado na revista *Museum Practice* o artigo de Deborah Mulhearn “Senior Service” (Mulhearn, 2010), com especial enfoque no contexto britânico. A autora cita em especial a investigação de Hans Christian Andersen, professor na Nothumbria University, que nos lembra que o público sénior é tão diverso nos seus conhecimentos, interesses, hábitos e expectativas como qualquer outro – simplesmente, é mais velho e também cada vez mais exigente -, pelo que alerta relativamente ao perigo do mesmo ser estereotipado. Chama ainda a atenção para o facto de vários estudos indicarem que, apesar das tendências acima mencionadas, a frequência de museus baixa significativamente depois dos 75 anos, um dado a ter em conta, considerando que, dentro do segmento sénior, o grupo etário com maior crescimento no Reino Unido é o dos chamados “velhos mais velhos” (oldest old), os que têm 85 anos ou mais.

Há mais uma consideração a fazer aqui: para além da diversidade deste público em termos de nível socioeconómico, nível de instrução, hábitos de visita a museus, é importante ter em mente que, devido ao aumento do número de indivíduos mais idosos, trata-se também de um público diverso em termos de capacidades físicas e mentais. Este público específico pode envolver pessoas com mobilidade ou com mobilidade limitada ou sem mobilidade; pessoas que vêem e ouvem bem ou menos bem ou nada; pessoas que mantêm as suas capacidades

intelectuais intactas ou que sofrem, por exemplo, de demência¹⁶; pessoas que vivem sozinhas, acompanhadas ou em lares. Esta realidade traz implicações não apenas a nível das acessibilidades no próprio espaço do museu, mas também a nível da programação de actividades de *outreach*.

No que diz concretamente respeito às questões de acessibilidade, existem vários documentos com directrizes e as referências podem ser encontradas na respectiva secção neste documento. Vale a pena destacarmos aqui um estudo realizado pelo Museum of Science de Boston com o objectivo de criar uma nova exposição itinerante, chamada “Secrets of Aging”, cujo público-alvo seria o público sénior. A equipa responsável pelo estudo procurou as respostas às seguintes questões: Como é que um centro de ciência cria uma exposição apelativa para um público sénior? As necessidades e interesses dos seniores são diferentes daqueles do público em geral? Será realmente possível criar uma exposição que funcione com todos?

Os resultados do estudo¹⁷ resumem os contributos críticos dos inquiridos – seniores que tinham visitado três exposições do museu - sobre aspectos da criação e do design das exposições visitadas que têm, na nossa opinião, aplicação universal: necessidade de haver mais cadeiras; maior tamanho de letra nas legendas e nos painéis; um percurso organizado/orientado, e não livre, dentro da área expositiva; menos objectos e secções menos densas, com mais espaço para circular; iluminação adequada para a leitura das legendas; posicionamento em altura adequada tanto dos objectos expostos como das legendas, tomando em consideração também as necessidades dos utilizadores de cadeiras de rodas; conteúdos que tenham particular interesse para a terceira idade, que lhe digam respeito¹⁸. A avaliação da exposição “Secrets of Aging” mostrou que esta teve mais sucesso com o público sénior, tanto devido à temática, como também devido ao facto de ter envolvido consultores seniores em todas as fases de construção.

Algo não referido neste estudo do Museum of Science, e que faz falta em geral quando são consideradas questões de acessibilidade (normalmente limitadas a aspectos físicos), é a questão da linguagem. Um dos mais graves problemas na comunicação dos museus com o público (sénior e não só) é o facto da linguagem dos painéis e legendas ser uma linguagem entendida por especialistas nas temáticas abordadas, mas incompreensível para um público geral, não especialista, que é a maioria do público que visita museus. A comunicação envolve um emissor e um receptor, e se a mensagem não for entendida por este último, a comunicação falha¹⁹.

Considerando agora o contexto português, são de particular relevância para o nosso estudo alguns dados do último Censo (2011)²⁰, referidos também por Pedro Moura Ferreira no seu texto *Acima dos 65 anos: Tendências, ocupações e participação*. Ficámos, assim, a saber que a população sénior em Portugal representa 19% do total da população (2.023.000 pessoas), tendo registado na última década um aumento de 19%. A grande maioria destas pessoas vive sozinha ou com outras idosos (60% dos idosos; 12% da população), tendo este grupo registado um aumento de 28,3% na última década e a maioria vivendo em Lisboa (22%), no Alentejo (22%) e no Algarve (21%). A população sénior está sobretudo concentrada na região Norte (31%), com 26% a residir no Centro e outro 25% em Lisboa e Vale do Tejo. O Instituto Nacional de Estatística chama a atenção para três factores que contribuem para as tendências aqui registadas: o aumento da esperança de vida, a desertificação e a transformação do papel da família.

As tendências demográficas registadas em Portugal apresentam semelhanças ao que se passa noutros países do mundo. O segmento sénior está a crescer significativamente e, em 2050, 1/3 da população terá mais de 60 anos, sendo que neste momento Portugal é o 7º país mais

¹⁶ Sugerimos a leitura do documento do Museum of Modern Art (MOMA) *The MOMA Alzheimer’s Project: Making art accessible to people with dementia – A guide for museums*.

¹⁷ O relatório está disponível no website do museu (www.mos.org): Reich, S. and Borun, M. “Exhibit accessibility and the senior visitor: assessment session findings for ‘Secrets of Aging’”.

¹⁸ Por exemplo, o estudo australiano refere que os seniores inquiridos indicaram como temas de particular interesse a saúde e o bem-estar, assim como a história. A exposição do Museum of Science “Secrets of Aging” tinha como tema o envelhecimento.

¹⁹ Relativamente à questão da linguagem e da escrita de textos acessíveis, sugerimos em particular a leitura dos artigos de Margareta Ekarv, criadora do método Ekarv, e de Helen Coxall.

²⁰ Instituto Nacional de Estatística. *Censos 2011: Resultados pré-definitivos*.

envelhecido do mundo²¹. Além disso, os idosos não são apenas mais numerosos como também cada vez mais velhos, o que torna este segmento ainda mais diversificado em termos de capacidades físicas e intelectuais. Os seniores concentram-se nas grandes cidades e a maioria vive sozinha ou na companhia de outros idosos. O tempo livre é muito, a necessidade de o preencher com actividades interessantes é grande, assim como é a necessidade das pessoas se sentirem vivas e activas na sociedade e na sua comunidade. No entanto, deveremos tomar igualmente em consideração as alterações que o actual quadro da crise económica poderá trazer no funcionamento das famílias, reforçando o papel das gerações mais velhas. A fim de controlar as despesas, os seniores poderão voltar a partilhar a casa com os filhos e os netos, poderão trazer uma ajuda económica, que é a sua reforma, e poderão ficar responsáveis pelos netos, para os pais não terem que pagar um infantário.

Pedro Moura Ferreira chama atenção para os desafios com os quais é confrontada a sociedade portuguesa devido a estas tendências demográficas (os mesmos assinalados pelo estudo australiano acima referido no caso da Austrália): “(...) o problema colocado pelo envelhecimento ao conjunto da sociedade é o do lugar da velhice na sociedade e a recusa da exclusão dos idosos da vida social (...)”. E mais à frente, referindo-se ao conceito de *envelhecimento activo*, acrescenta: “(...) O envelhecimento activo não se restringe ao âmbito dos comportamentos promotores da saúde, mas leva em consideração os factores ambientais e pessoais que interagem com as condições de saúde. As envolventes que enquadram o envelhecimento, como a família, a comunidade e a sociedade em que o processo ocorre, exercem um impacto enorme na forma como se envelhece. (...) As políticas e os programas que promovem a saúde e as relações sociais são tão importantes como as que melhoram as condições físicas de saúde.”

Passando para o contexto museológico, no início dos anos 2000 houve três estudos²² que procuraram analisar o panorama museológico em Portugal e cujos resultados são, igualmente, de grande relevância para o presente estudo. O primeiro, *Inquérito aos museus em Portugal*, é o mais completo (os outros dois foram uma espécie de *follow-up*). Destacamos aqui, muito sucintamente, alguns resultados que serão considerados na nossa análise:

Localização geográfica: 24% no Norte; 35% em Lisboa e Vale do Tejo; 18% no Centro; o Alentejo era na altura a região com mais museus por 100.000 habitantes (11,3), seguido de Lisboa (5,7).

Serviços de acolhimento: na altura do estudo, 28% dos museus não possuía qualquer serviço de acolhimento ao público.

Acesso-sinalética interna: 45% referiu a existência de barreiras arquitectónicas à entrada e 28% no percurso da visita; 55% não possuía sinalética para os percursos internos, sendo que este era o caso de 48% de museus ‘grandes’, com 10 ou mais salas²³.

Controlo de entradas: 23% não tinha nenhum controlo; 86% tinham descontos para situações específicas; apenas 11% tinha um controlo informático.

Principais dificuldades: recursos financeiros (55%); pessoal (50%); instalações/espço (44%); conservação (42%); promoção (22%).

Analisando comparativamente os dois contextos (sociológico e museológico), pensamos que a questão que se coloca é a seguinte: considerando o especial destaque ao papel dos museus na sociedade, ao facto de estarem ao serviço das pessoas, de que forma estas tendências poderão - ou irão mesmo - afectar o trabalho desenvolvido pelos museus portugueses junto do público sénior? Qual poderá ou deverá ser o seu contributo no esforço que toda a sociedade portuguesa irá ter que desenvolver no sentido de promover o envelhecimento activo?

²¹ Villaverde Cabral, M. (2009). “A política portuguesa para o envelhecimento é pensões e saúde. Não há mais nada”. Entrevista ao jornal *Público* (19 de Novembro de 2009).

²² Instituto Português de Museus (2000). *Inquérito aos museus em Portugal*; Observatório das Actividades Culturais e Instituto Português de Museus (2003). *O panorama museológico em Portugal [2000-2003]*; Neves, J.S. e Santos, A. (2005). *Os museus em Portugal no período 2000-2005: Dinâmicas e tendências*.

²³ Mais uma vez, parece não terem sido consideradas questões de acessibilidade além das relativas à mobilidade/orientação.

Não há dúvidas que o crescimento do público sénior representa um enorme desafio e um enorme potencial para os museus portugueses. Por um lado, irão lidar com pessoas que, para além de mais velhas, serão mais saudáveis, mais activas, mais exigentes no que diz respeito ao consumo cultural e talvez também, devido à crise, com um papel renovado no seio da família e no cuidar dos netos. Os museus em Portugal têm vindo a desenvolver várias propostas para este público (sobretudo em termos de visitas guiadas e *ateliers*), na maioria dos casos em colaboração com as Universidades Seniores, juntas de freguesia e centros de dia. No entanto, o número de séniores que visita individualmente (não em grupo organizado) é ainda reduzido, assim como é reduzido o número de aqueles que consideram os museus uma opção de ocupação de tempos livres quando tomam conta dos seus netos. Por outro lado, uma outra parte deste mesmo segmento de público terá maiores dificuldades em usufruir da oferta dos museus, devido a constrangimentos a nível físico e intelectual, mas também financeiro.

O público sénior não é apenas um; são vários. Tipificá-lo, estereotipá-lo, seria um erro, levaria a medidas e propostas que não trariam respostas para verdadeiras necessidades. A adaptação da oferta a nível de acesso físico (no exterior, no interior e fora dos museus – o chamado *outreach*), intelectual (conteúdos, linguagem, tipos de programação) e financeiro (a forma de facilitar as visitas repetidas e/ou com outros membros da família), mas também a eliminação de barreiras psicológicas (o que envolve tanto a forma como os museus comunicam com este público como a forma como o acolhem), deverá tomar em consideração variados perfis de actuais e potenciais utilizadores.

Dito isto, o contexto museológico traçado pelo inquérito do IPM no início dos anos 2000, que apresentava várias dificuldades a nível financeiro e de recursos humanos, tem-se vindo a agravar. A proliferação dos museus registada nos últimos 10-15 anos, a criação de serviços educativos na maioria deles, a criação da Rede Portuguesa de Museus em 2000, a aprovação da Lei-Quadro dos Museus Portugueses em 2004, foram iniciativas que, apesar do seu comprovado impacto positivo, encontram-se neste momento 'desactivadas'. O sector prepara-se para enfrentar um dos seus momentos mais complicados, que irão pôr em causa a sua própria existência (uma existência que precisa do mínimo de condições para manter uma presença digna na sociedade e para poder cumprir o seu papel). Mesmo reconhecendo o potencial que existe na relação com o segmento sénior, como é que os museus portugueses poderão fazer face ao investimento (em termos de tempo, dinheiro e recursos humanos) que a construção e a sustentabilidade desta relação exigem?

D. MUSEUS E PÚBLICO SENIOR: DO LADO DA OFERTA

1. INQUÉRITO AOS MUSEUS DA REDE PORTUGUESA DE MUSEUS

(ver questionário no anexo 1)

No âmbito deste inquérito, procurou-se traçar o actual estado da relação dos museus da Rede Portuguesa de Museu com o público sénior no que diz respeito ao número de visitantes seniores, contemplação deste segmento nos planos de actividade e estratégias de comunicação dos museus e adaptação da sua oferta às necessidades do mesmo. O questionário foi enviado pela Rede Portuguesa de Museus aos seus 137 membros, sendo que foram recebidas as respostas de 114 (82% - ver listagem no anexo 2).

1.1 Público-alvo

Em primeiro lugar, procurou-se saber se o público sénior foi contemplado no plano de actividades dos museus entre 2009 e 2011²⁴. No cômputo geral (Gráfico 2), registou-se uma tendência positiva crescente, dado que em 2009, 60% dos museus declararam tê-lo feito, em 2010, 69% e finalmente em 2011, 72%.

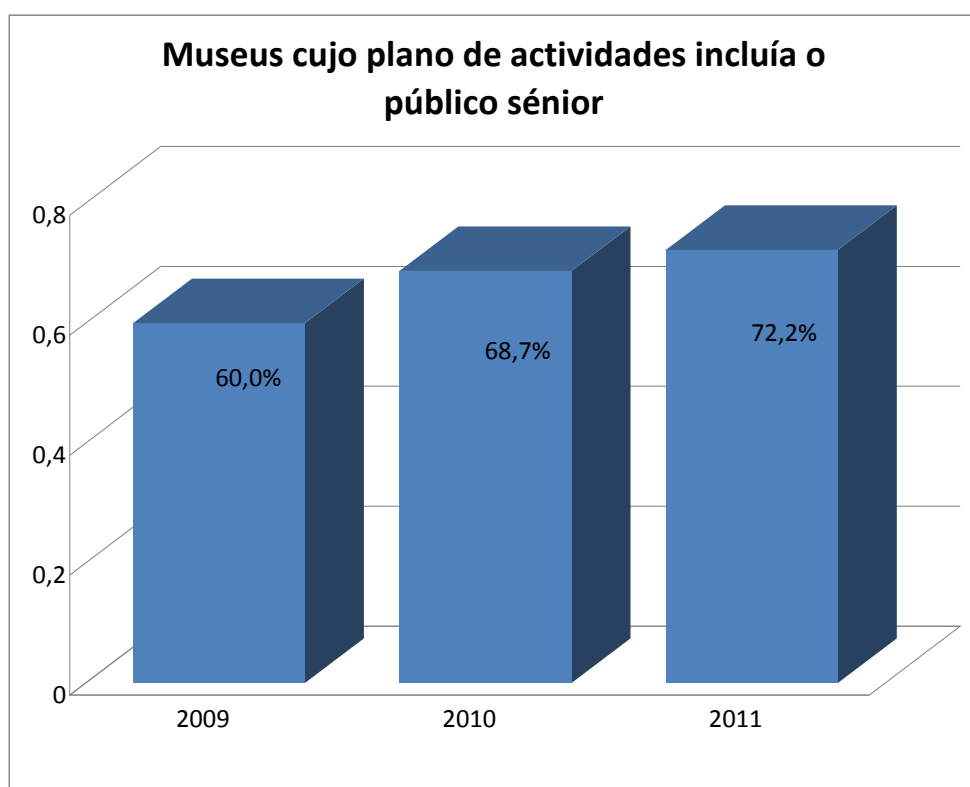


Gráfico 2

Seguidamente, procurou-se saber se os museus faziam referência ao público sénior também nos objectivos, na programação e na informação estatística (gráficos 3, 4 e 5). No que diz respeito aos objectivos, 55% não consideraram o público sénior entre os objectivos. Quanto aos segundo e terceiro pontos enunciados, a percentagem de museus que responderam afirmativamente foi superior, registando 64% e 70% respectivamente.

²⁴ No que diz respeito aos planos de actividades, e dado que o inquérito foi enviado aos museus em Outubro 2011, foram contemplados os últimos três anos (2009 – 2011). No caso da estatística, considerando novamente a altura em que foi enviado o inquérito e para se poder trabalhar com anos completos, as respostas são relativas ao triénio 2008-2010.

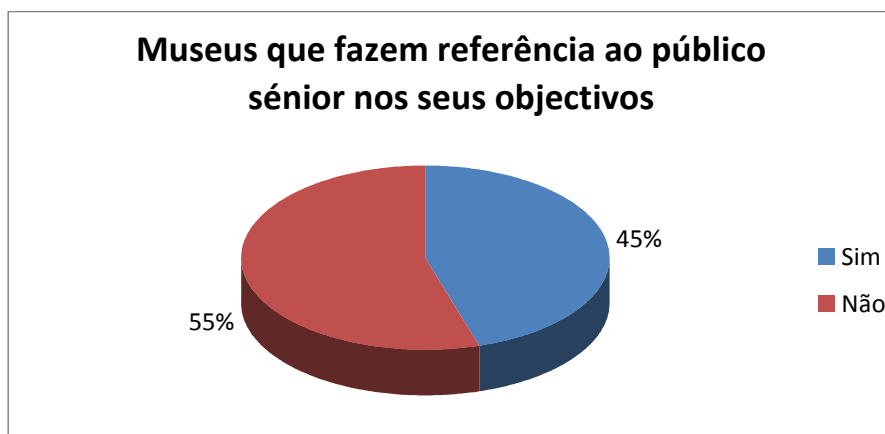


Gráfico 3



Gráfico 4

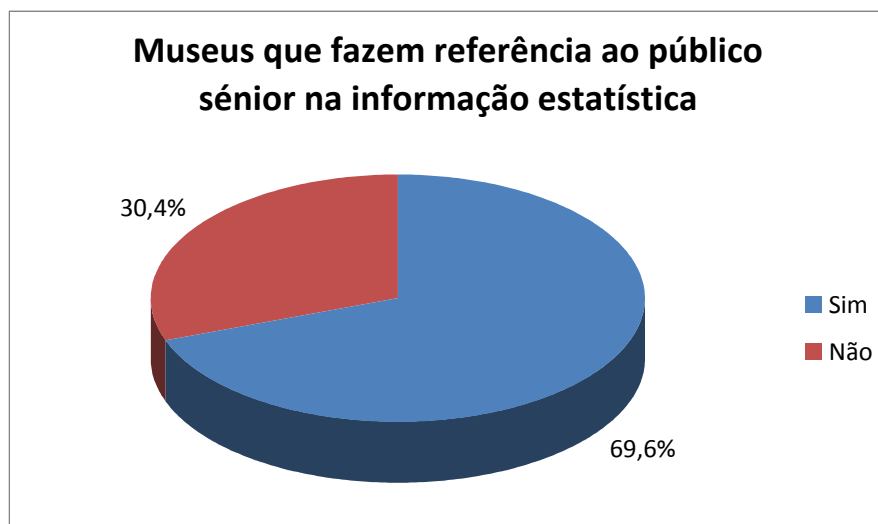


Gráfico 5

1.2 Estatística

Procurou-se obter dados estatísticos relativos ao total de visitas individuais de seniores e ao total de visitas em grupo sénior em função do número total de visitantes (quadro 1). Os resultados obtidos mostram-nos que, de 2008 a 2010, houve uma diminuição da percentagem de seniores que visitaram individualmente (de 7,4% para 5,8% do total de visitas aos museus inquiridos), apesar de um aumento no número total de visitantes. No que concerne o total de visitas sénior em grupo, os valores, no conjunto dos três anos, têm-se mantido na ordem dos 1,3%. Ao contrário do expectável, estes valores aparentam ser muitos baixos, o que nos leva a

questionar se representam verdadeiramente números de pessoas (como pretendido pelo inquérito) ou se, erroneamente, traduzem o número de visitas. Tendo em conta este cenário, se pensarmos que cada visita em grupo tem em média 10 pessoas, podemos especular que o número real de seniores que visita os museus em grupo pode ser, na realidade, praticamente o dobro dos que o fazem individualmente.

Total de visitas a museus						
Ano	Total de visitantes		Total de visitas individuais seniores		Total de visitas em grupo sénior	
	Frequência		Frequência	%	Frequência	%
2008	3.585.128		266.579	7,4	38.847	1,1
2009	3.772.668		224.403	5,9	53.121	1,4
2010	4.422.930		255.938	5,8	53.603	1,2

Quadro 1

1.3. Acessibilidade

1.3.1 Espaço exterior

Um dos principais pontos que o presente inquérito quis abordar e aprofundar foi a questão das acessibilidades, tanto ao nível do exterior como do interior do museu. No plano exterior, praticamente dois terços (65%) dos museus declarou não ter estacionamento específico para veículos privados que tenham ocupantes com mobilidade reduzida (gráfico 6). Também no que toca ao estacionamento específico para autocarros, apenas 36% afirmou tê-lo (gráfico 7). A maioria dos museus inquiridos (79%) afirmou ser bem servida de paragens de transportes públicos perto das suas instalações (gráfico 8). As rampas no exterior dos museus não são tão frequentes quanto seria desejável, já que apenas cerca de metade (55%) dos museus dispõem delas (gráfico 9). Contudo, é necessário frisar que este dado em específico deve ser analisado individualmente em função de cada museu, dado que cada um tem a sua arquitectura própria e, logo, pode não ter necessidade de ter rampas se o acesso à entrada se fizer ao nível do chão. Por fim, procurou-se saber qual a percentagem de museus com sinalização no seu exterior, o que se traduziu em 73% (gráfico 10).



Gráfico 6

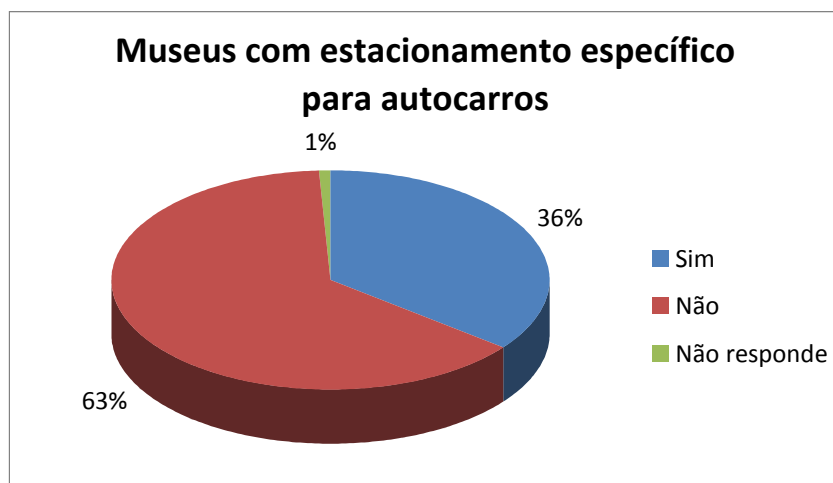


Gráfico 7

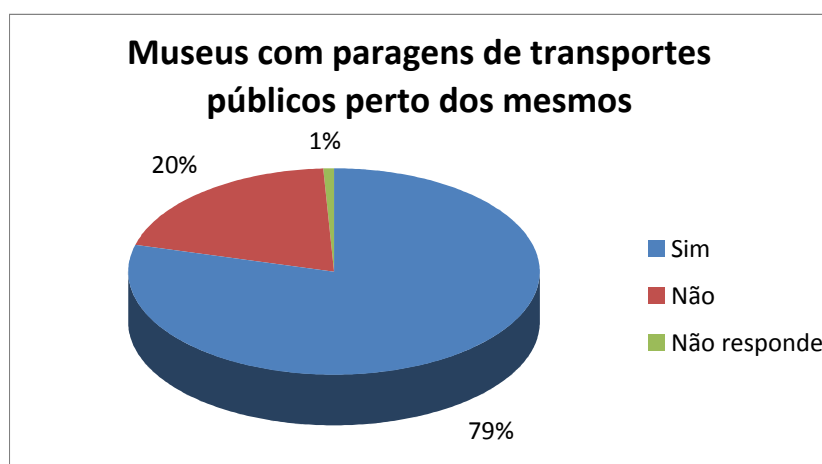


Gráfico 8

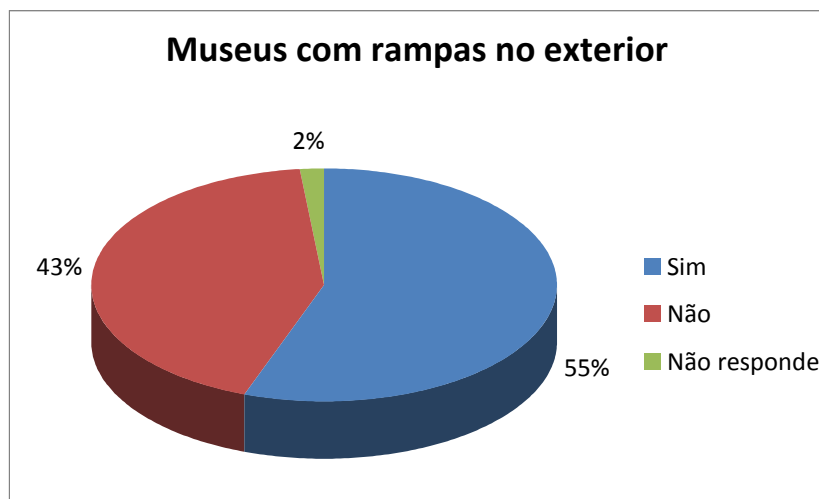


Gráfico 9

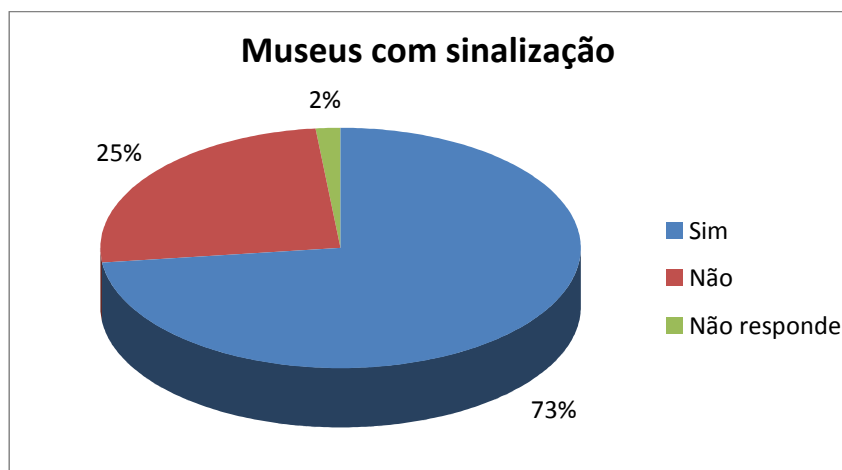


Gráfico 10

1.3.2 Espaço interior

No que concerne as acessibilidades no interior dos museus, procurou-se primeiramente saber que percentagem de museus disponha de rampas no seu interior. Tal como as suas congéneres no exterior, elas não existem com tanta frequência quanto seria desejável, já que menos de metade (42%) dos museus dispõe delas (gráfico 11). A percentagem de museus com corrimãos é já superior (gráfico 12), tendo a sua existência sido validada por 77% da amostra da RPM. Substancialmente menor (31%) é não só a utilização de pisos aderentes no interior destas instituições (gráfico 13), como também o número de museus (21% dos inquiridos), que dispõem de cadeiras de rodas requisitáveis (gráfico 14). Ademais, metade dos museus (49%) considerou ter elevadores facilmente acessíveis (gráfico 15). Quanto aos bancos portáteis (gráfico 16), eles estão presentes em 24% dos museus inquiridos, enquanto os bancos fixos em 71% (gráfico 17). Associadas a estes elementos estão as zonas de descanso, presentes em exactamente metade (50%) dos museus inquiridos (gráfico 18). Por fim, neste âmbito, confirmou-se que a percentagem de museus com casas de banho para pessoas com mobilidade reduzida e em cadeira de rodas é de 60% (gráfico 19).

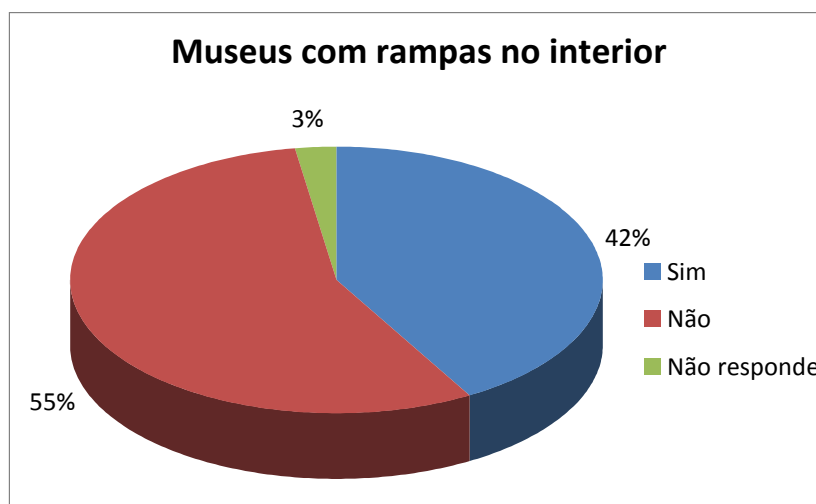


Gráfico 11

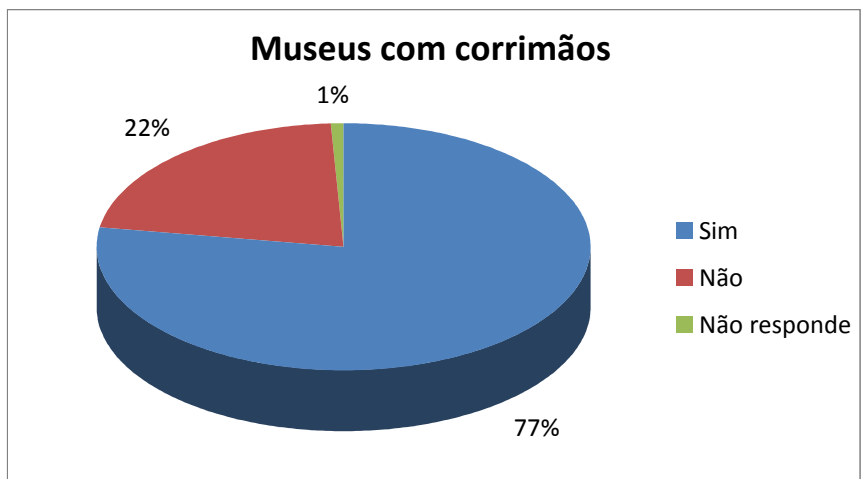


Gráfico 12

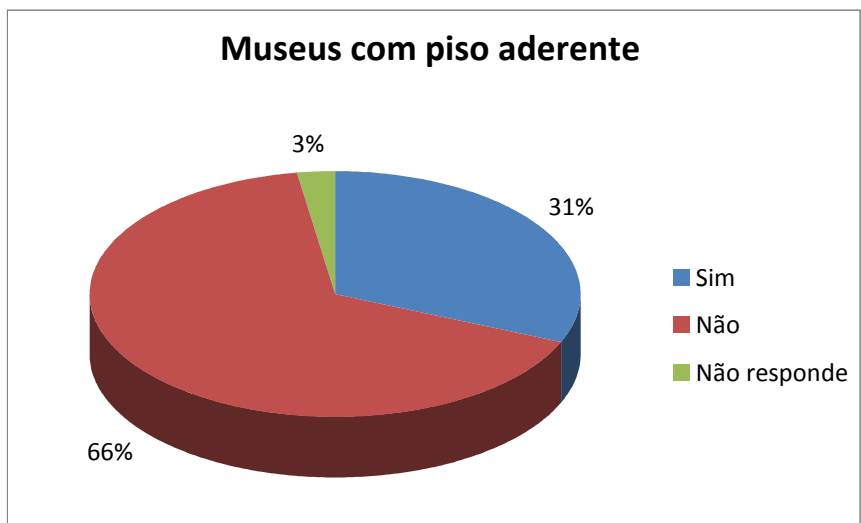


Gráfico 13

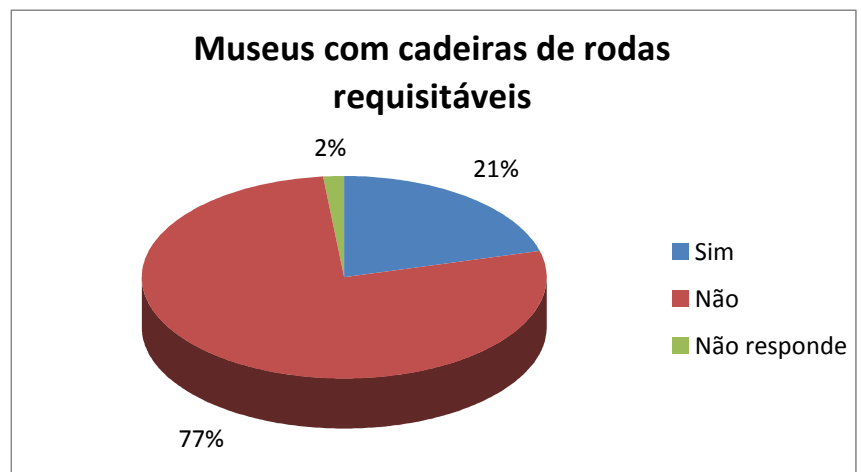


Gráfico 14

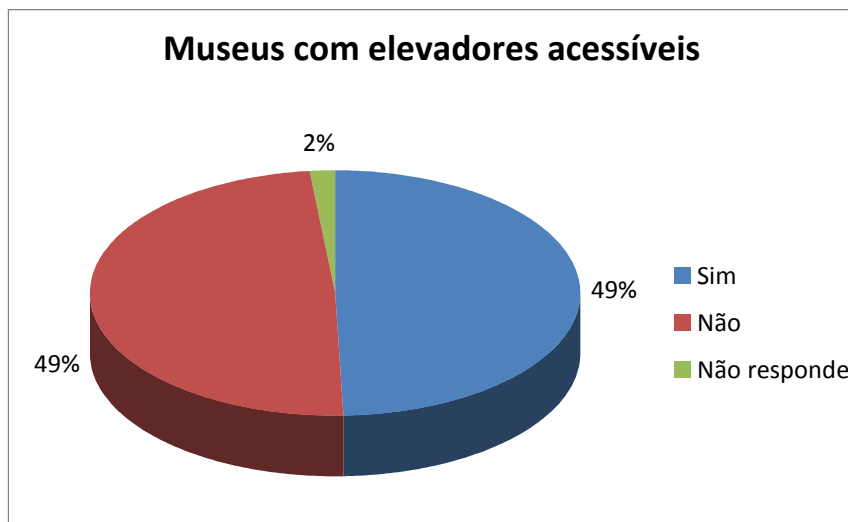


Gráfico 15

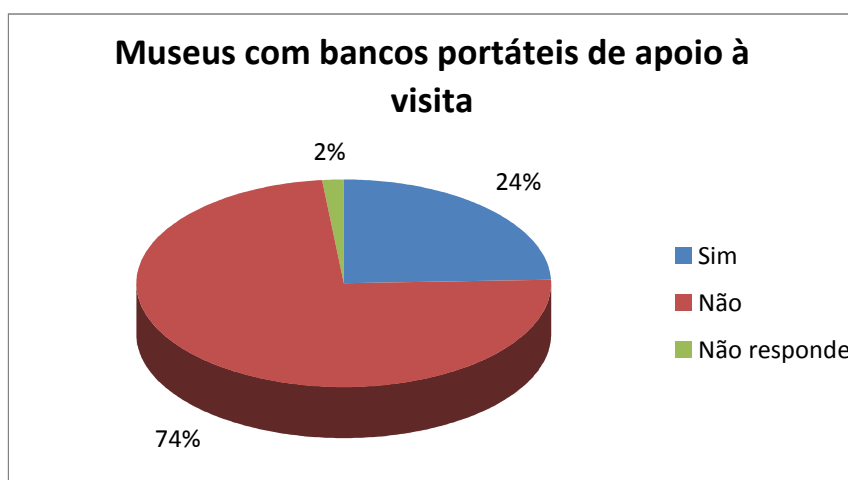


Gráfico 16

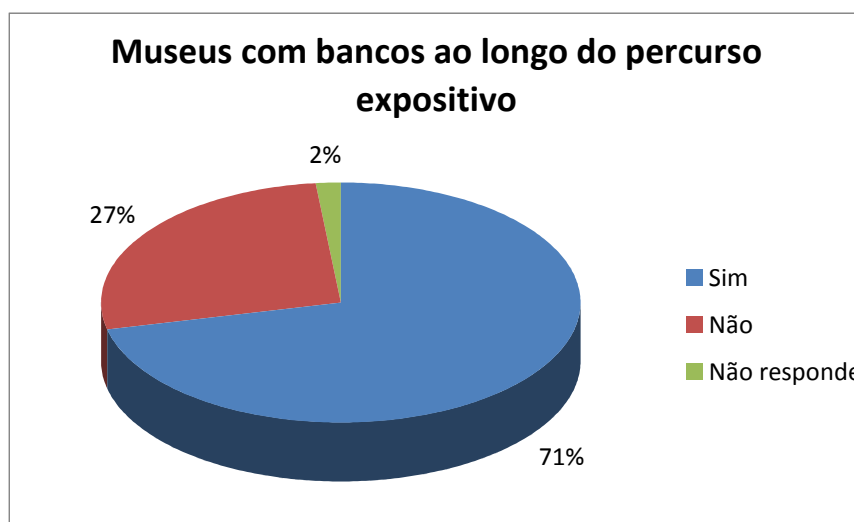


Gráfico 17

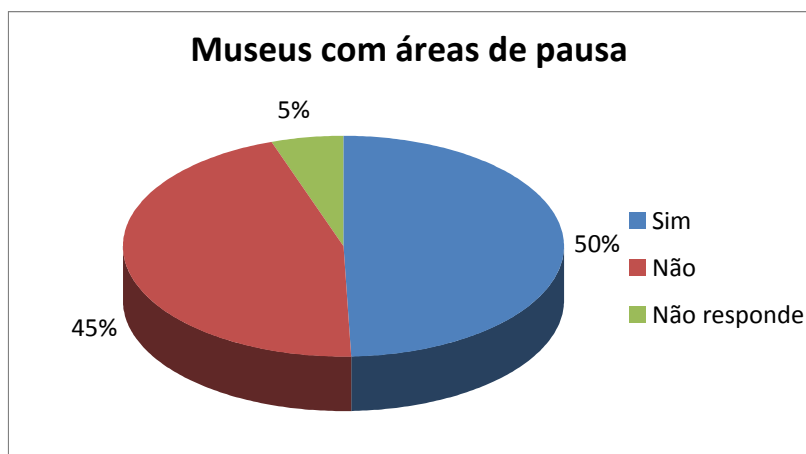


Gráfico 18

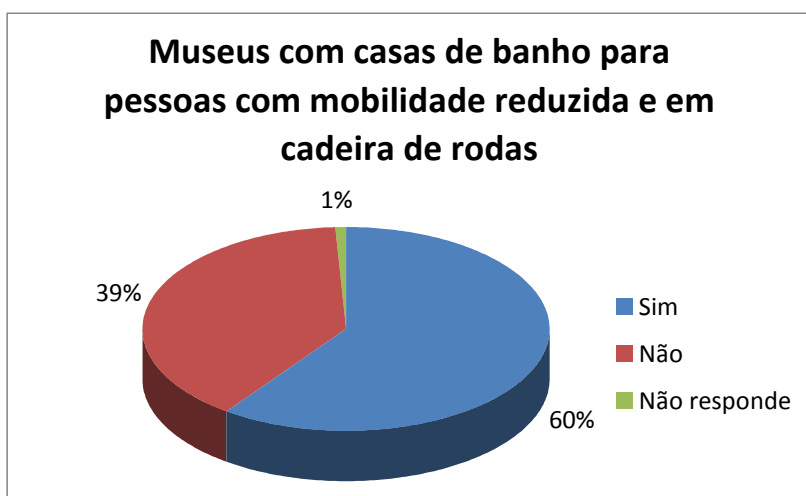


Gráfico 19

1.4 Informação

Uma das vertentes importantes da experiência de qualquer visitante num museu é a visualização satisfatória dos objectos expostos, aliada à compreensão dos textos e das legendas que os descrevem e/ou interpretam. Neste sentido, procurou-se questionar se os museus da RPM seguiam as directivas do manual *Museus e Acessibilidade*, publicado pelo Instituto Português de Museus em 2004 ou um outro manual similar quanto a uma série de elementos específicos expressos no gráfico 20. Como se pode verificar, 73% considerou ter textos escritos em linguagem fácil e acessível, embora apenas 53% tenha seguido as directivas quanto ao tamanho adequado da letra nos textos. Quanto à utilização de soluções cromáticas que contrastem o texto do painel de fundo, 63,5% afirmou fazê-lo. Em termos de posicionamento dos textos, mais uma vez, a maioria dos museus (62,6%) afirmou ter cumprido os requisitos exigidos, tal como em relação à exposição dos objectos (66%) e à iluminação dos textos e dos objectos (62,6%).

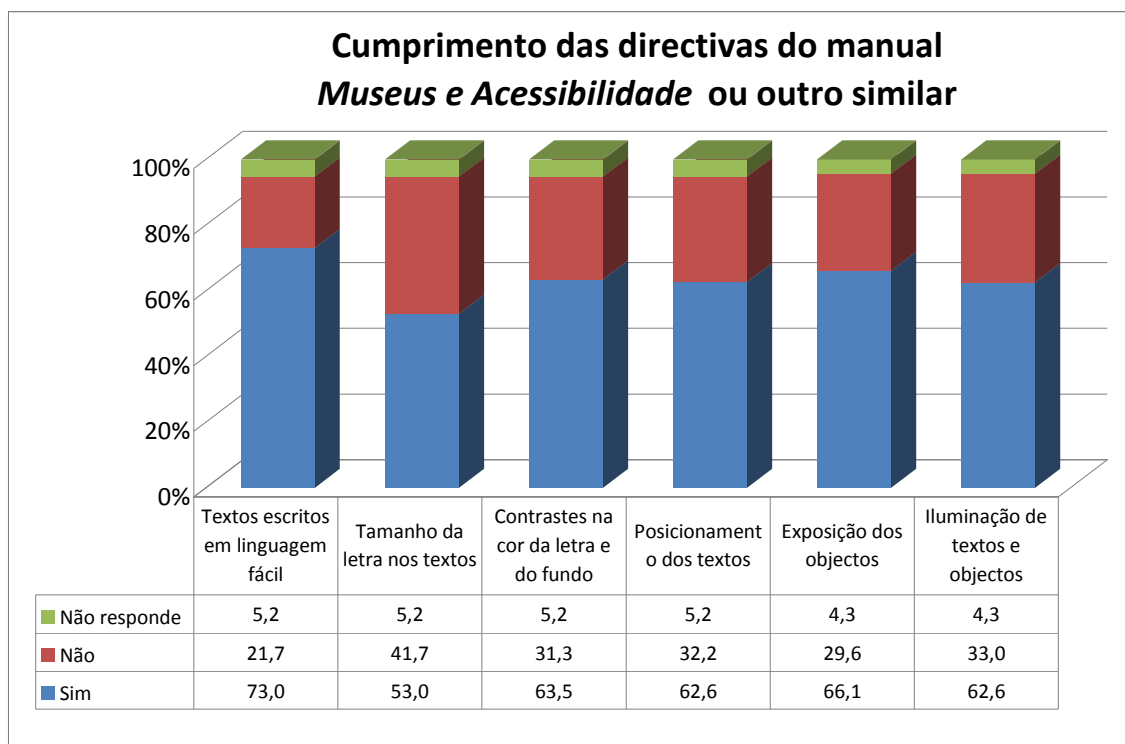


Gráfico 20

1.5 Acolhimento

A visita guiada, seja em grupo, seja individualmente, é uma das ofertas mais comuns dos museus aos seus públicos e também uma das mais procuradas por certos visitantes, pelo seu potencial de os poder auxiliar na interpretação e contextualização das colecções. Assim, face à sua importância também no seio dos públicos sénior, procurou-se saber qual a percentagem de museus que dispõe de visitas guiadas individuais, sendo que 60% dos museus já as pratica (gráfico 21). Quanto às visitas guiadas a grupos seniores, quase a totalidade dos museus (96%) o faz, face à procura e às necessidades expressas por parte deste segmento específico de público (gráfico 22).

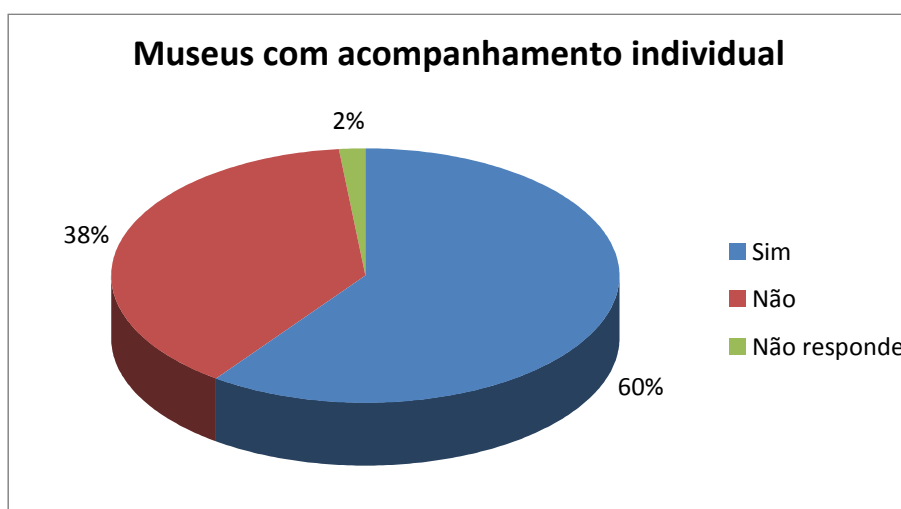


Gráfico 21

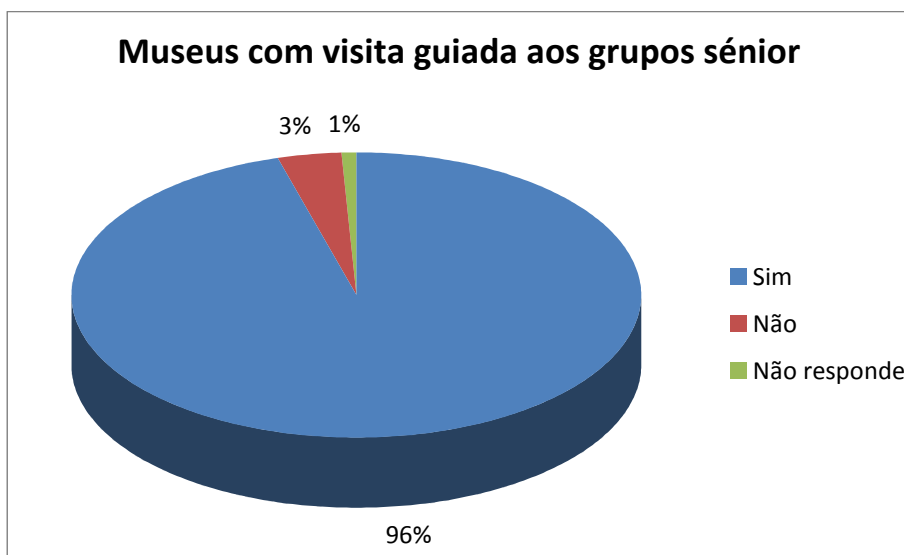


Gráfico 22

1.6 Divulgação

Procurou-se ainda obter informações sobre a forma como os museus divulgam a sua oferta junto do público sénior. Como se pode constatar no gráfico 23, para além da habitual produção de folhetos e outros materiais de divulgação (85%), os museus têm privilegiado sobretudo meios menos dispendiosos e de fácil acesso, como o e-mail (83%), a agenda cultural (68%) e o *site* do museu (68%) para chegar ao público sénior. Os meios de divulgação que são menos utilizados são a televisão (22%) e a rádio (27%).

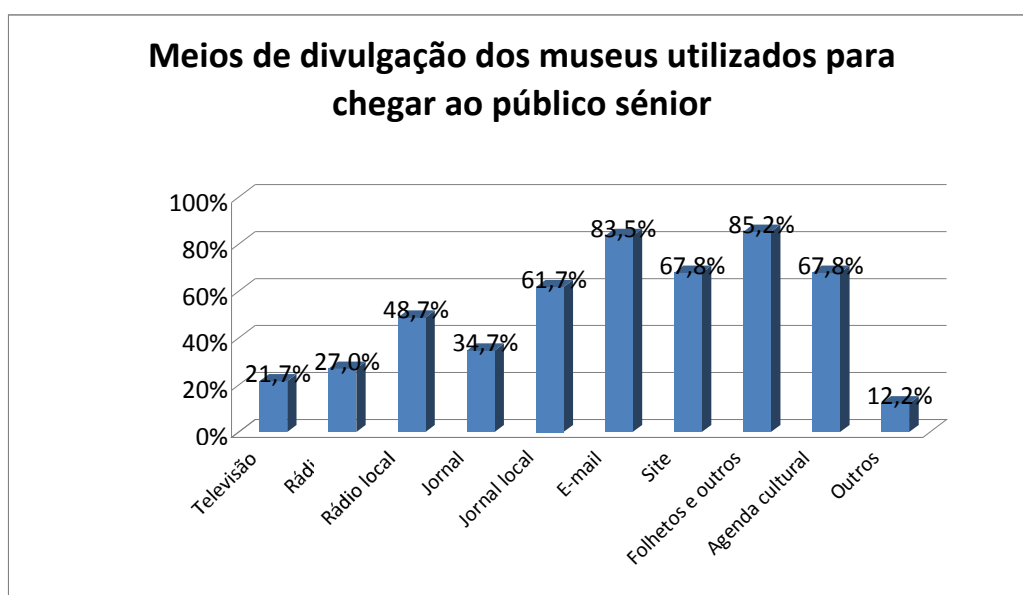


Gráfico 23

No que diz respeito às instituições que os museus privilegiam para divulgarem as suas actividades junto da população sénior (gráfico 24), 76% fá-lo em lares e centros de dia, 76% junto das Universidades Seniores e 72% em Juntas de Freguesia. Os centros paroquiais são menos utilizados, tendo sido procurados por 57% dos museus inquiridos.

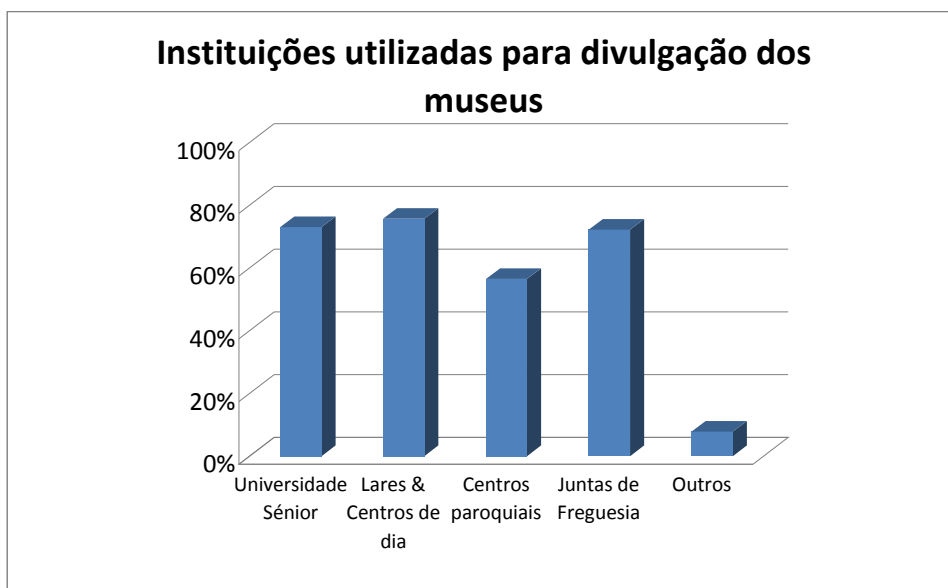


Gráfico 24

1.7 Parcerias

Com base nas mesmas opções de resposta, procurou-se saber que parcerias existem entre os museus e estas instituições (gráfico 25). No cômputo geral, verificou-se que, em média, cerca de 30% dos museus que divulgam as suas actividades nestes locais não têm parcerias formalizadas. No entanto, 44% tem com Universidades Seniores, 43% com lares e centros de dia, 24% com centros paroquiais e 40% com Juntas de Freguesia. Como seria expectável, o tipo de parceria dominante foi para efeitos de divulgação (53%), embora 43,5% tenha celebrado acordos que pressupõem também o desenvolvimento conjunto de projectos (gráfico nº26). Já as vertentes de avaliação e consultoria registaram valores residuais na ordem dos 7%.

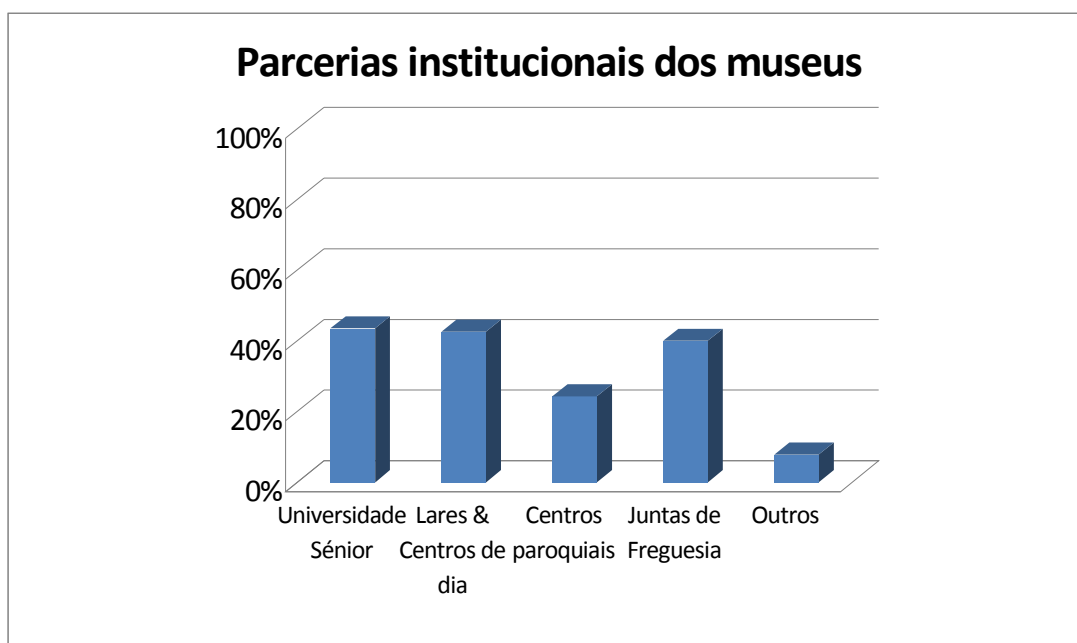


Gráfico 25

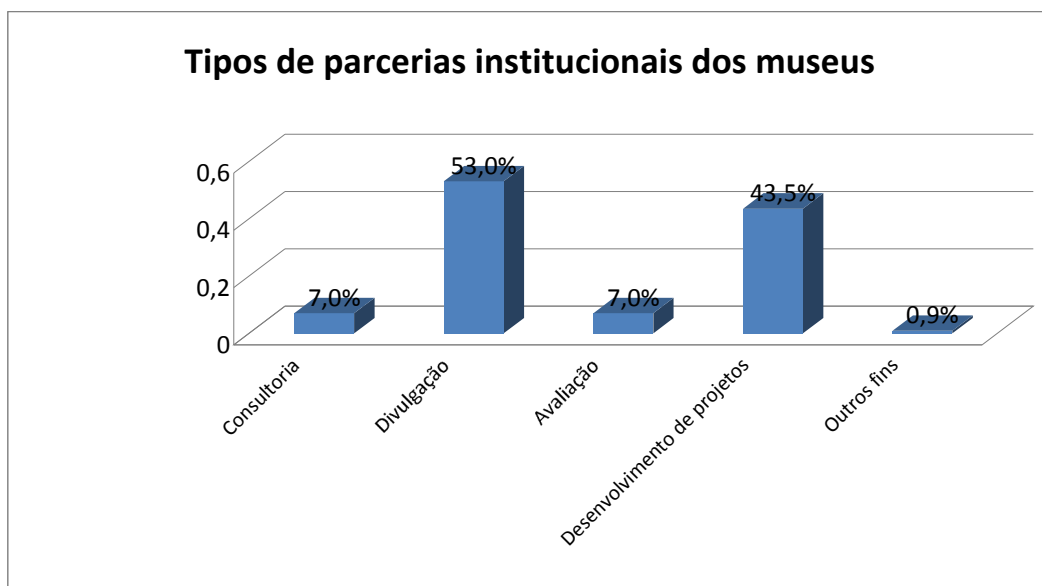


Gráfico 26

1.8 Avaliação

Por fim, pretendeu-se saber se existe alguma forma de avaliação da experiência do público sénior nos museus visitados, feita tanto pelos próprios visitantes como pelo museu. Entre os museus inquiridos, 37% permitem a avaliação por parte de visitantes seniores quanto à sua experiência no museu (gráfico 27). No entanto, apenas 17% declararam promover uma reflexão interna escrita (gráfico 28), o que nos leva a questionar se o *feedback* dado pelos visitantes será de alguma forma analisado e aproveitado, no sentido de melhorar ou adaptar o serviço prestado ao público sénior.

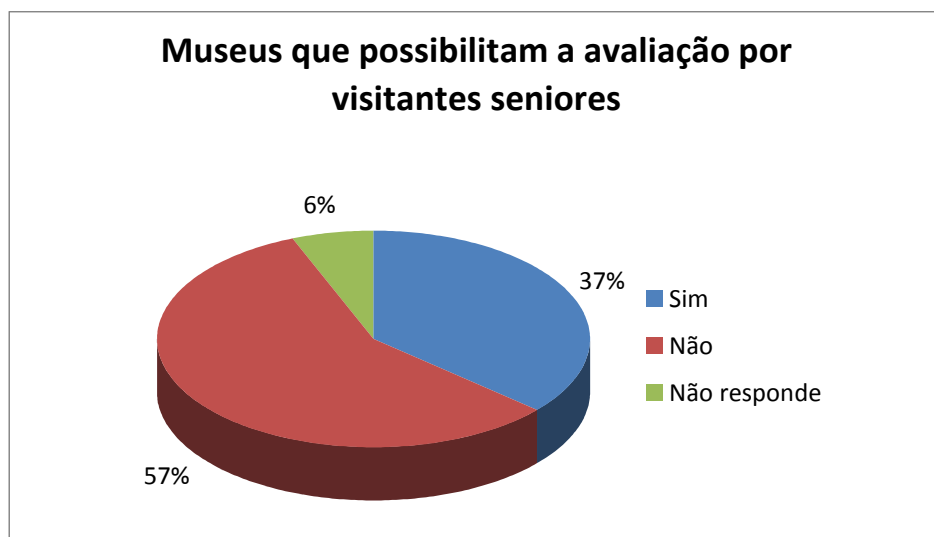


Gráfico 27

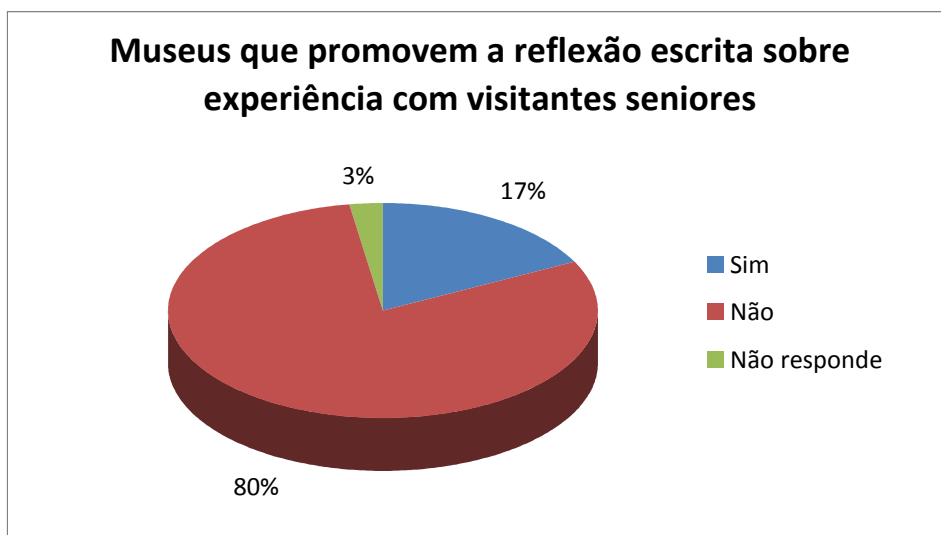


Gráfico 28

2. ENTREVISTAS COM DIRECTORES / RESPONSÁVEIS DE MUSEUS

(ver guião da entrevista no anexo 3)

Considerou-se ser de extrema relevância conhecer melhor a visão que os dirigentes dos museus que participam no estudo (directores ou outros responsáveis) têm no que diz respeito à relação que os museus podem ou devem ter com a população sénior. Procurou-se ainda identificar a forma como esta visão se reflecte no plano operacional e programático de cada museu e entender quais, na opinião dos entrevistados, as limitações e dificuldades na concretização do mesmo.

2.1 Como define o público sénior?

A maioria dos entrevistados define o público sénior como um público “com mais idade” (9) ou “reformado”, independentemente da idade (6). Houve ainda referências a “público com mais tempo” (2), “com alguma disponibilidade financeira”(2) ou “diversificado”, em termos de interesses, disponibilidade e formação (2).

“Público com mais tempo para visitar museus. Terá mais idade que outro tipo de público, embora hoje ser sénior seja relativo, já vamos à 4ª idade. Sobretudo mais tempo.”

“O público mais velho, que normalmente está na idade da reforma, público com mais tempo e mais disponibilidade financeira.”

“Público reformado, tem determinadas incapacidades (subtraído à vida social, porque não tem emprego e não sabe o que fazer). Problemas de saúde, incapacidade de estar, de andar, de ver, de ouvir, de estar parado, de dialogar...”

2.2 Como define o público sénior que visita o seu museu?

Quando foi solicitado que pensassem concretamente nos seniores que visitam o seu museu, os entrevistados referiram em maior número as condições em que visitam, ou seja “em grupo” (entende-se “grupo organizado”) (4) ou sozinhos e com amigos (4). Fizeram ainda a distinção entre pessoas sem o hábito de visitar (as que vêm em grupo) e pessoas que têm esse hábito e que se sentem à vontade para visitar sozinhas ou com amigos, à procura de coisas novas.

“Vêm em grupo (centros de dia, lares), a convite do Serviço Educativo. Pessoas que têm visitado poucos museus; alguns visitam pela primeira vez. Pessoas mais esclarecidas, mais informadas, vêm sozinhas ou com amigos.”

Durante as entrevistas, tornou-se ainda claro que há museus que trabalham sobretudo com grupos de seniores (não proporcionando nenhum acompanhamento especial a visitantes individuais) e outros que são maioritariamente frequentados por seniores que os conhecem bem e que visitam individualmente, participando também em actividades preparadas pelo Serviço Educativo.

Dois entrevistados referiram que os seus museus, localizados em zonas distintas, recebem maioritariamente público sénior internacional.

“Os internacionais têm ainda mais peso, porque a nível nacional temos mais escolas, não seniores.”

“...curiosamente existe uma supremacia de público sénior estrangeiro no museu em relação ao nacional.”

2.3 O que é que este público representa para os museus?

Os entrevistados mostraram-se muito conscientes do impacto que a actual evolução demográfica, ou seja, o envelhecimento da população, possam ter no futuro dos museus. Nas suas respostas referiram sobretudo que este é um público com mais tempo (4), que está a crescer (3) e que procura ocupar os seus tempos livres, também visitando museus (3). Em dois casos, foi ainda referido que há muito que aprender com eles.

“Público-alvo a ter muito em conta. Primeiro porque, com o envelhecimento da população, torna-se num cliente privilegiado. Segundo, porque estão interessados em consumir o nosso produto. São exigentes, interessados, trazem experiência e sabedoria e trazem mais pessoas.”

“Um potencial enorme, sobretudo com o novo paradigma demográfico. O público infanto-juvenil e o sénior muitas vezes aproximam-se, em termos de motivações e necessidades, por exemplo, a atenção que procuram ter.”

“As pessoas investem na sua própria qualidade de vida, procuram ocupar o seu tempo livre de forma criativa.”

“Pessoas que não têm obrigações diárias, continuadas, e que podemos cativadas.”

2.4 O que é que este público representa para o seu museu?

Quanto ao que este público representa especificamente para os seus museus, houve duas linhas de resposta. Por um lado, foram identificadas necessidades de adaptação da oferta do museu, em termos de comunicação, de programação ou de acesso.

“As nossas visitas guiadas têm neles um segmento natural de procura.”

“As pessoas vêm muito em função da programação (visitas guiadas, conferências).”

“Desafios em termos de acessibilidade física.”

“Temos monitores que são conhecedores das necessidades e interesses do público sénior.”

“Temos um técnico que está vocacionado para essas visitas, com uma linguagem mais acessível, há um ritmo próprio, diferente...”

Por outro lado, foram referidos aspectos que dizem respeito à relação museu-visitante sénior, uma relação que tem, como todas, dois lados: falou-se da forma como os museus podem dar resposta à necessidade dos seniores darem sentido à sua vida depois da reforma, mas falou-se igualmente da riqueza que os seniores, com os seus conhecimentos e experiência de vida, podem trazer ao trabalho desenvolvido pelos museus.

“O segredo da felicidade está na consciência que estamos a participar do mundo. (...) As pessoas não têm o mesmo prazer em trabalhar com idosos como com crianças. Olham para eles como se fossem coitadinhos. (...) Quero que sintam que são pessoas.”

“A vida não acaba quando a pessoa se reforma.”

“Gosto de os acompanhar, aprende-se muito com eles e são também pessoas que querem ouvir. Não são obrigados de vir.”

“Disponíveis para partilhar, trazem as suas experiências de trabalho. Estamos a gravar para fazer um arquivo de memórias.”

“No caso da história oral, porque envolve actividades que já cessaram, contamos muito com o público sénior.”

2.5 Em que medida a programação do museu está dirigida ao público sénior? Que actividades/serviços?

Apenas um dos entrevistados referiu que algumas das exposições do seu museu são feitas a pensar especificamente no público sénior (em termos de temática e de possível envolvimento deste público nos conteúdos da exposição). Outro entrevistado falou de uma actividade desenvolvida duas vezes por semana num lar.

“O público sénior é uma das nossas prioridades, a par com o público escolar. São eles os dois eixos prioritários do museu. O público sénior é tido em conta, quer na própria programação das exposições, desde os conteúdos às temáticas escolhidas, quer na própria dinamização das exposições... (...) Os seniores tornaram-se as fontes privilegiadas de informação e os públicos finais prioritários da exposição.”

De resto, a programação dos museus dirige-se a um público indiferenciado e não a públicos-alvo específicos. Foi referido pela maioria dos entrevistados que não faria sentido, não seria lógico que fosse doutra forma. No entanto, existem na maioria dos museus actividades específicas adaptadas às necessidades do público sénior (visitas guiadas, ateliers, projectos). Num caso, foi referido tratar-se das mesmas actividades que o Serviço Educativo prepara para o público escolar, com as devidas adaptações. Os directores deste e de outro museu chamaram ainda a atenção relativamente à linguagem a usar, por não se tratar de crianças nem de pessoas ignorantes. Falou-se ainda em adaptações em termos da duração da visita e pausas para descanso. Houve também uma directora que falou na adaptação da temperatura da sala e da luminosidade.

Houve um entrevistado que referiu a possibilidade e o desejo de envolver o público sénior como voluntário. Houve outro que falou concretamente no desejo de desenvolver actividades que possam ser levadas às pessoas que não têm a possibilidade de sair dos lares.

“Também podemos envolvê-los como voluntários, uma área que estamos a desenvolver imenso. Partilham a nossa vida, desde o acolhimento de públicos até ao apoio à Direcção. Voluntariado muito qualificado.”

“Uma das nossas preocupações este ano é levar o museu a esses sítios, onde estas pessoas estão, mas não podem sair. Temos ateliers preparados para itinerância e podemos adaptá-los.”

É relevante mencionar neste contexto alguns reparos relativamente aos gostos e interesses deste público que surgiram ao longo das entrevistas, mas não necessariamente em resposta a esta pergunta sobre a programação e as actividades.

“Há exposições que chamam mais uma faixa etária mais alta. Os projectos contemporâneos não trazem um alto nível de reconhecimento. Estes públicos preferem ir ao encontro daquilo que conhecem.”

“Noto que o público sénior sente algum prazer em saber História. (...) É aqui [numa sala específica sobre história local] que conseguimos retê-los mais tempo. (...) Administramos ainda uma galeria [nome da galeria] vocacionada sobretudo para a arte contemporânea, onde o público sénior não se dirige praticamente. (...) O museu é transversal às memórias orais e arquitectónicas de [menção da região], onde surgem referências [a antigas profissões]... e portanto, para o público sénior não podia ser melhor!”

2.6 Que preocupações ligadas às acessibilidades para este público específico?

Todos os entrevistados mostraram-se muito conscientes da necessidade de adaptar o espaço do museu a pessoas com dificuldades motoras. No entanto, metade referiu não poder avançar devido à falta de verbas.

A maioria dos entrevistados (8) teria ficado por aqui na questão das acessibilidades, ou seja, não teria ido além da acessibilidade motora. Depois de alguma insistência nossa, foram consideradas outras questões (acessibilidade visual – cores, iluminação, contrastes, posicionamento de legendas e painéis; acessibilidade cognitiva – escrita de textos).

Houve aqui referências às dificuldades sentidas na relação com os comissários das exposições, que escrevem os seus textos (3) e com os designers (2). No que diz concretamente respeito à necessidade de comunicar através de textos que possam ser entendidos pelos visitantes (seniores e não só), houve duas reacções muito distintas: uma que defende a não menorização dos visitantes através de linguagens pretensamente infantilizantes; outra que sugere uma linguagem menos erudita e mais leve:

“A acessibilidade não passa por banalizar e criar uma linguagem que é imediata para uma criança (...) É um vício dos Serviços Educativos, muito vocacionado para o público infantil. Temas sérios e fortes da arte, da cultura, têm que fazer as pessoas ‘subirem’. O leque das palavras comuns está a limitar-se vertiginosamente. Onde vamos parar? Esta tendência da infantilização e da banalização de contar...? O património não precisa de ser apresentado como a história da carochinha. O património não é uma história que existe para nos fazer rir e para nos entreter.”

“Temos a preocupação que a própria linguagem não seja erudita, demasiado restritiva; que seja uma coisa relativamente leve, superficial.”

Aos museus tutelados pelo antigo IMC, perguntámos concretamente qual o impacto das recomendações incluídas na publicação do Instituto *Museus e Acessibilidade*. Os entrevistados não consideraram que o mesmo constitui uma obrigatoriedade, acrescentando que qualquer obrigatoriedade teria que envolver simultaneamente investimento para garantir o cumprimento.

2.7 Que parcerias existem no desenvolvimento do trabalho relacionado com o público sénior?

A maioria dos entrevistados referiu que as parcerias não são formais. Existe, no entanto, colaboração com Universidades Seniores, Juntas de Freguesia, residências e Centros de Dia, essencialmente para se organizarem visitas e para a participação em actividades específicas. Em dois casos foi referida a colaboração com as Divisões de Acção Social e do Desporto das Autarquias. Em ambos os casos as mesmas não tiveram seguimento, foi até referida alguma falta de empatia entre o museu e esta divisão da autarquia.

2.8 Que meios de comunicação são usados para chegar a este público?

A maioria dos entrevistados referiu-se ao uso do telefone (um meio que se considera bastante eficiente), o Facebook (mas que em certos casos não é gerido pelo museu em si mas pelos serviços centrais da tutela), o site e o *blog* do museu. Houve ainda três referências às agendas culturais das autarquias. Três museus referiram-se ao uso do correio tradicional: um deles manifestou preocupação pelas directivas da tutela no sentido de substituir este meio pelos meios *online*, que não envolvem custos, uma vez que a maioria dos seniores no seu concelho não são info-incluídos; outro museu referiu que o envio de informações por correio tradicional é feito centralmente, não sendo possível identificar o público sénior na *mailing list*, para poder efectuar envios específicos. Em termos de publicações, foi referido num caso o trabalho que a revista Time Out tem desenvolvido no sentido de promover os museus de Lisboa.

2.9 Como vê a relação dos museus com o público sénior no futuro próximo?

Mais uma vez, foi aqui referido pelos entrevistados o impacto e as implicações das actuais tendências demográficas. Considera-se que este é um segmento da população em crescimento, e por isso, representa, à primeira vista um enorme potencial.

“Um público que vai aumentar mais. Um idoso que se movimenta, activo, gosta de aprender e de partilhar.”

“Um mercado inesgotável.”

No entanto, reconhecem que não se trata de um público homogéneo. Alguns directores de museus referiram-se especificamente aos idosos que apresentam uma boa condição física, que podem deslocar-se e que procuram actividades, o que constitui uma oportunidade e uma obrigação de os museus desenvolverem uma oferta própria e de qualidade, a pensar neste segmento específico. Falou-se ainda na possibilidade de desenvolver com eles acções de voluntariado. No entanto, quanto a este público capaz de se deslocar, um dos entrevistados manifestou a sua preocupação relativamente aos previsíveis efeitos da actual crise económica, uma vez que o aumento do preço dos passes aliado à diminuição do poder de compra condicionará o acesso aos transportes públicos.

“As pessoas frequentam cursos, museus, teatros. Tem sido a tendência, mas não sei se a crise não fará reverter algumas dessas tendências: reduzir a mobilidade (passes mais caros, menor acesso aos transportes públicos, fim do acesso gratuito aos museus). Poderá haver um retrocesso cultural relativamente à tendência das últimas três décadas.”

Por outro lado, foram expressas preocupações relativamente ao público idoso que perde gradualmente as suas capacidades físicas e que não se pode deslocar. Houve dois entrevistados que falaram no desejo e na obrigação dos museus de prestar um serviço também a estas pessoas.

Por último, dois entrevistados referiram-se concretamente à necessidade de criar uma verdadeira relação, uma relação de afecto, de amizade, de cumplicidade. De acordo com sua percepção, é isso que muitos seniores procuram na sua ida a um museu.

“A potencialidade da relação é enorme. Não necessariamente uma relação de oferta-consumo, nós os proponentes e eles os consumidores. Há uma possibilidade de cativar estas pessoas para o voluntariado.”

“Os museus lá fora não têm actividades para os ‘velinhos’, têm actividades muito sérias para os cativar. Até não é preciso fazer um grande esforço, são pessoas curiosas.”

“Passa muito pelo contacto humano. Há pessoas que visitam porque o nosso funcionário lhes dá atenção, fala com eles.”

“Ser uma coisa mais íntima, mais continuada, mais profunda. (...) As pessoas estão atiradas para os lares, eu quero chegar a elas. É importante, mas não é fácil.”

E. MUSEUS E PÚBLICO SENIOR: DO LADO DA PROCURA

1. INQUÉRITO AOS VISITANTES

(ver questionário no anexo 4)

O inquérito aos visitantes teve por objectivo global avaliar a relação dos museus portugueses com os seus respectivos visitantes seniores. Especificamente, procurou-se explorar questões como frequência e hábitos de visita ao museu, principais motivações, impedimentos e condicionantes da visita, modos de utilização, canais de informação utilizados, hábitos culturais e de lazer, entre outros. Lembramos que os museus envolvidos foram os seguintes:

- Museu Nacional de Arte Antiga
- Museu Nacional de Arte Contemporânea - Museu do Chiado
- Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves
- Museu Calouste Gulbenkian
- Museu da Água da EPAL
- Ecomuseu Municipal do Seixal
- Rede de Museus Municipais de Loures
- Museu do Trabalho Michel Giacometti
- Museu do Papel Moeda da Fundação Dr. António Cupertino de Miranda
- Museu Botânico de Beja
- Museu Municipal de Faro

O inquérito pressupôs uma recolha e tratamento de dados quase exclusivamente quantitativos e, sendo de natureza auto-administrado, foi preenchido pelos visitantes dos museus da amostra²⁵. O questionário foi entregue no fim da visita, à saída de cada museu, a inquiridos seniores que tivessem, naturalmente, mais de 65 anos, que soubessem ler e escrever português e que não integrassem um grupo de uma visita organizada. Excluíram-se os estrangeiros residentes em Portugal pelo facto da sua experiência museológica poder ser *a priori* educacional e culturalmente diferente da portuguesa. O período de administração do inquérito teve uma duração variável consoante o museu, mas abrangeu globalmente um período de oito meses sensivelmente, período durante o qual se obteve um total de 340 questionários preenchidos. No entanto, devido ao facto de a maioria dos seniores portugueses visitarem em grupo e não individualmente, houve museus que ficaram muito aquém do cumprimento da quota (Ecomuseu Municipal do Seixal e Museu da Água da EPAL), enquanto o Museu Municipal de Faro não conseguiu nenhuma resposta no período em que decorreu o inquérito.

No que diz respeito ao tratamento dos dados, numa primeira fase foram compilados os resultados globais do inquérito, que expressam e traduzem uma opinião colectiva dos visitantes seniores inquiridos em relação aos museus. Numa segunda fase, de modo a permitir aprofundar o conhecimento sobre o público-alvo inquirido, os dados foram estruturados e segmentados segundo quatro variáveis ou critérios de diferenciação: idade, qualificações escolares, sexo e frequência de visita.

1.1 Hábitos de visita

A média de idades dos seniores inquiridos foi de 70 anos, tendo a pessoa mais idosa 91 anos. A idade mais frequente do universo da nossa amostra de visitantes foi 68 anos. Quanto ao sexo dos inquiridos, registou-se quase um empate, já que 53% dos inquiridos foram mulheres e 47% homens.

No que diz respeito aos hábitos de visita a museus, especificamente durante os últimos 12 meses, denota-se que não se registou uma grande diferença entre as três categorias de visitantes: *visitantes raros* - os que foram nenhuma ou uma vez a museus no último ano; *visitantes esporádicos* - os que foram duas a cinco vezes; *visitantes frequentes* - os que foram seis ou mais vezes. Contudo, como se pode constatar no gráfico 29, a maioria dos inquiridos foram esporádicos (41%), isto é, visitaram museus duas a cinco vezes nos últimos 12 meses.

²⁵ Nota: Dado que o método de amostragem foi não probabilística de conveniência, a amostra não é totalmente representativa dos seniores portugueses visitantes de museus.



Gráfico 29

Na análise da frequência de visitas por faixa etária (gráfico 30), constata-se que se mantém a analogia quanto às porcentagens de visitantes raros, esporádicos e frequentes entre os dois grupos de inquiridos com idades compreendidas nos intervalos [65-74] e [75 + ∞]. Contudo, como se pode constatar no quadro 2, existe uma diferença substancial entre o número real de pessoas em cada grupo: 282 no primeiro e 51 no segundo, representando respectivamente 85% e 15% do total da população inquirida.

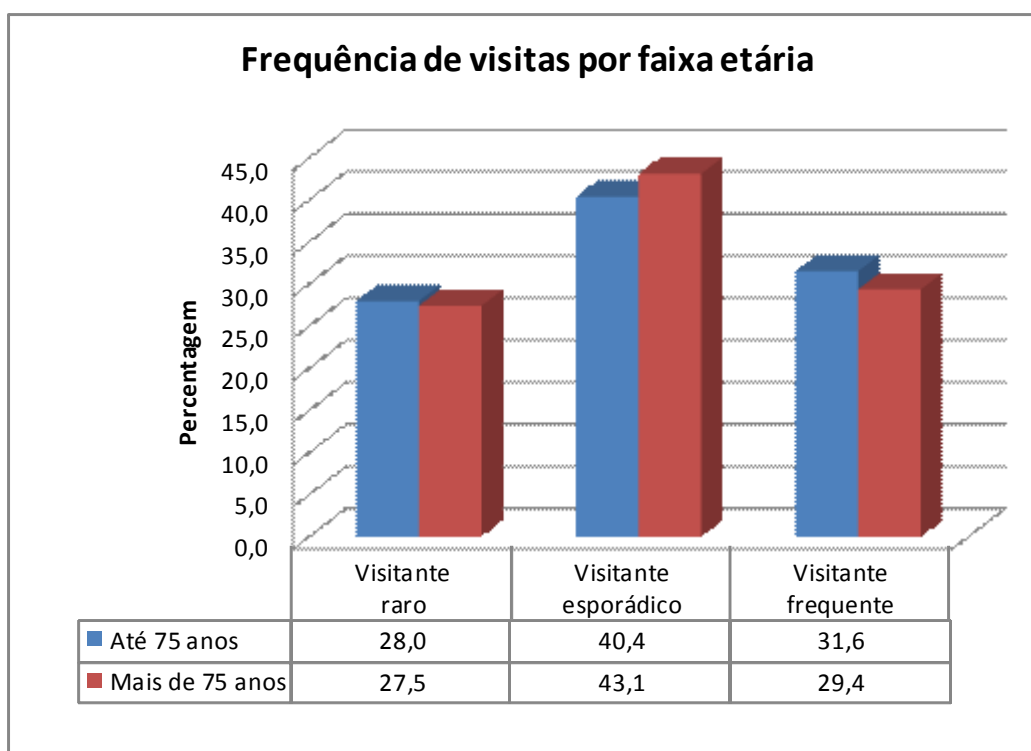


Gráfico 30

Número de visitas por faixa etária				
Número de visitas	Idade			
	Até 75 anos		Mais de 75 anos	
	Frequência	%	Frequência	%
Visitante raro	79	28,0	14	27,5
Visitante esporádico	114	40,4	22	43,1
Visitante frequente	89	31,6	15	29,4
Total	282	85	51	15

Quadro 2

Como é natural e regularmente constatado pelos museus, em Portugal e no estrangeiro, o número de visitantes seniores com 75 anos ou mais é significativamente mais reduzido. Aliás, os 74 anos são apontados como a idade a partir da qual se acentua rapidamente o envelhecimento intelectual e surgem problemas de mobilidade e de disponibilidade física. Não obstante estas diferenças, deve ser realçado o facto de a percentagem de pessoas no intervalo [65-74] que são visitantes frequentes (32%) ser quase idêntica à percentagem de pessoas com mais de 75 anos que visitam também frequentemente os museus (29%), o que aponta para uma boa condição física, e talvez também mental, de um considerável número de pessoas com essas idades.

Para além da segmentação por idade, o perfil do visitante raro, esporádico ou frequente pode igualmente ser caracterizado pelo sexo e pelo nível de escolaridade dos visitantes. Na diferenciação por sexo, como se pode verificar no gráfico 31, o visitante esporádico é percentualmente maior em ambos os sexos, registando-se valores semelhantes entre visitante raros e frequentes (31-32%), com excepção dos que foram nenhuma ou uma vez a museus no último ano (23%) no seio do universo masculino.

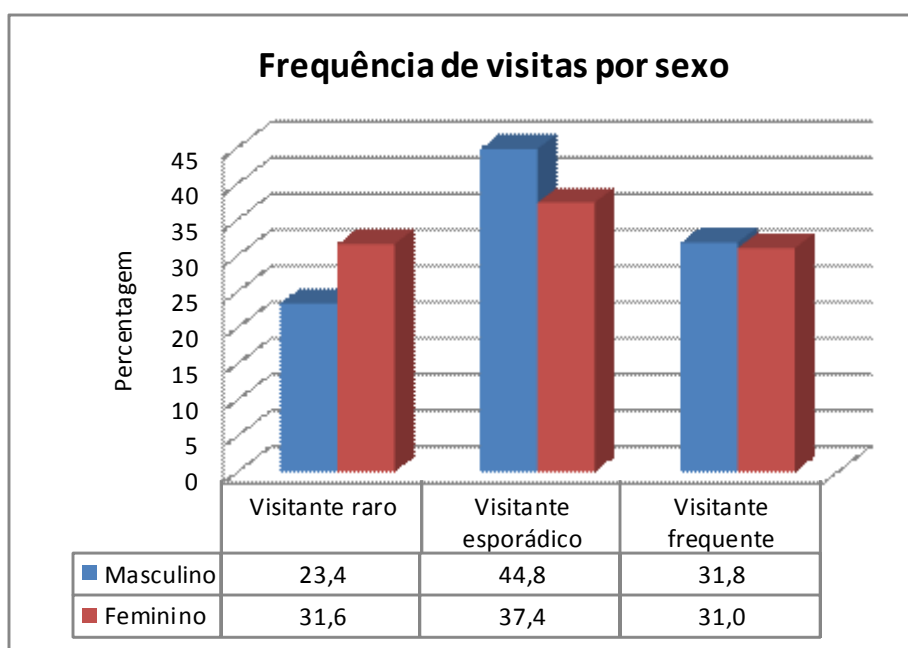


Gráfico 31

No que concerne as qualificações escolares²⁶, no cômputo geral do inquérito (gráfico 32), um quinto dos visitantes inquiridos (20%) completou o 1º ciclo do ensino básico, 12% estudou até ao 9º ano, cerca de um terço (34%) completou o ensino secundário, e por fim 34% completou um curso superior. Assim, podemos facilmente constatar que existe uma divisão tripartida das qualificações escolares: 1/3 das pessoas têm igual ou menos do 9º ano, 2/3 têm mais do 9º ano. Esta divisão (mais e menos do 9º ano) é importante porque se considerou, para efeitos de análise do presente estudo, que o 9º ano de escolaridade definiu uma charneira educacional, cultural e socialmente marcante no âmbito da população sénior em Portugal.

²⁶ Terminologia adoptada: 1º ciclo (instrução primária completa/incompleta); 2º e 3º ciclos (5º ao 9º ano); Secundário (10º ao 12º ano); Ensino superior (curso superior).

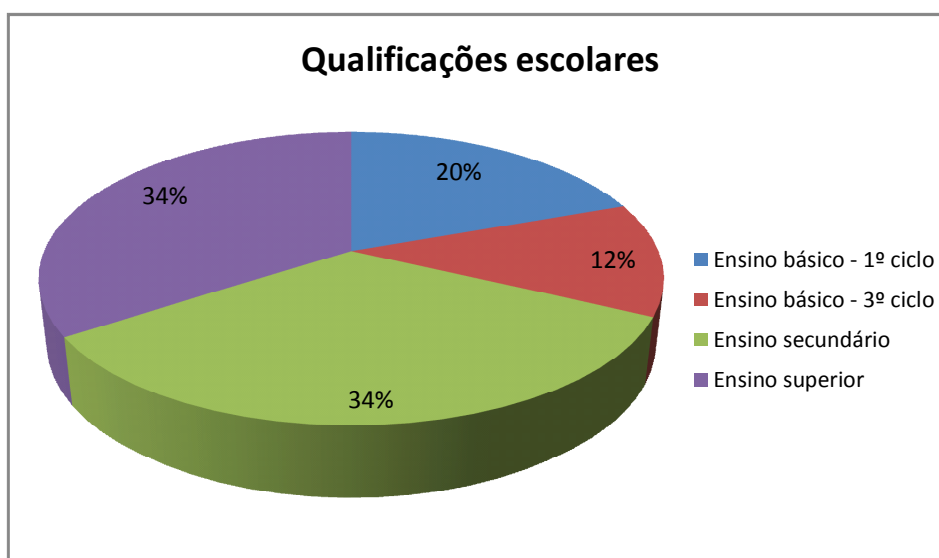


Gráfico 32

No cruzamento da escolaridade com hábitos de frequência (gráfico 33), pode-se verificar que no seio dos visitantes raros, aproximadamente metade (49%) completou apenas o 3º ciclo de instrução, tal como um terço (33%) dos visitantes esporádicos e um sexto (16%) dos visitantes frequentes. Verifica-se então que a percentagem de pessoas que só frequentou a escola até ao 9º ano vai diminuindo à medida que o registo de frequência de visitas a museus nos últimos 12 meses aumenta. Para além disso, os inquiridos com mais do 9º ano predominam em qualquer das três categorias de visitantes, oscilando crescentemente entre 51% (raros), 67% (esporádicos) e 85% (frequentes). O grupo de visitantes frequentes é o único que apresenta uma tendência constante de crescimento em função do nível de escolaridade dos inquiridos, distinguindo-se dos demais também pela diferença de percentagem que existe entre a conclusão do 1º ciclo (6%) e do ensino superior (50%).

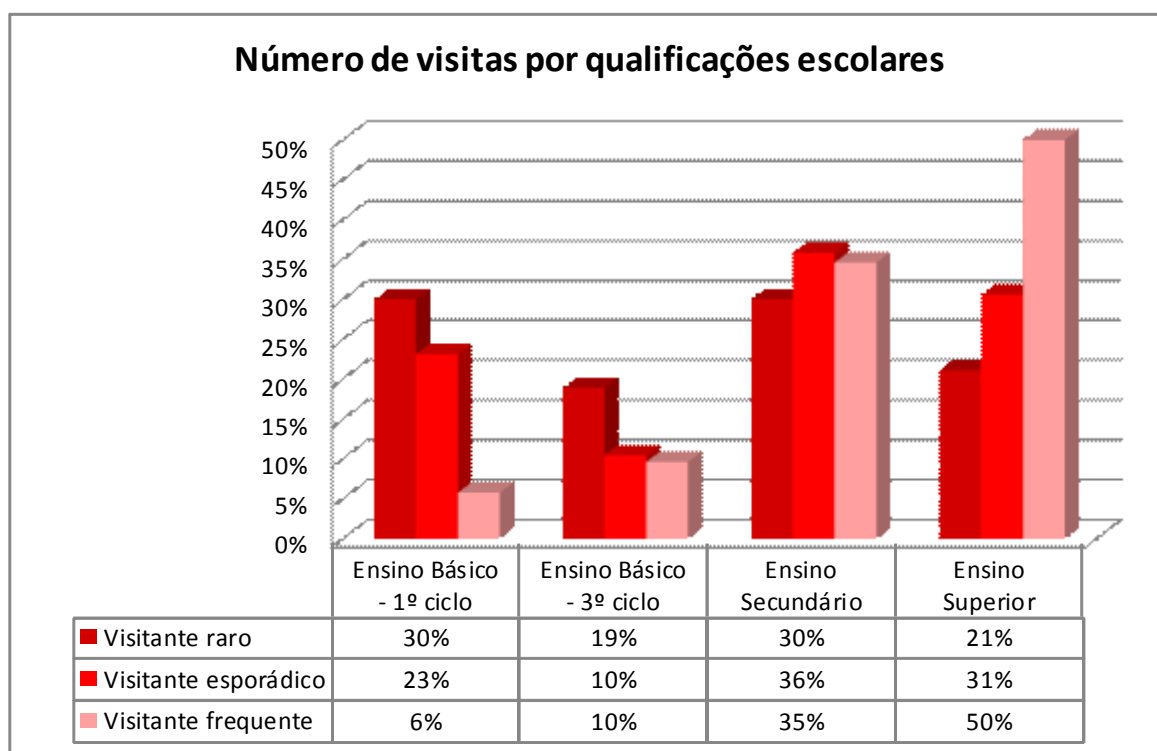


Gráfico 33

Numa perspectiva inversa (gráfico 34), pode-se constatar que quase metade (46%) dos visitantes com curso superior são visitantes frequentes, 37% são visitantes esporádicos e 17% são visitantes raros. Já no universo de visitantes que completaram o primeiro ciclo, apenas 9%

frequentam regularmente os museus, sendo que a maioria (48% e 42%) os frequenta esporádico e raramente, respectivamente. Ademais, verifica-se que em cada grupo escolar, a percentagem de pessoas que visita o museu frequentemente aumenta gradualmente, do 1º ciclo do ensino básico para o ensino universitário. Esta tendência inverte-se no caso dos visitantes raros.

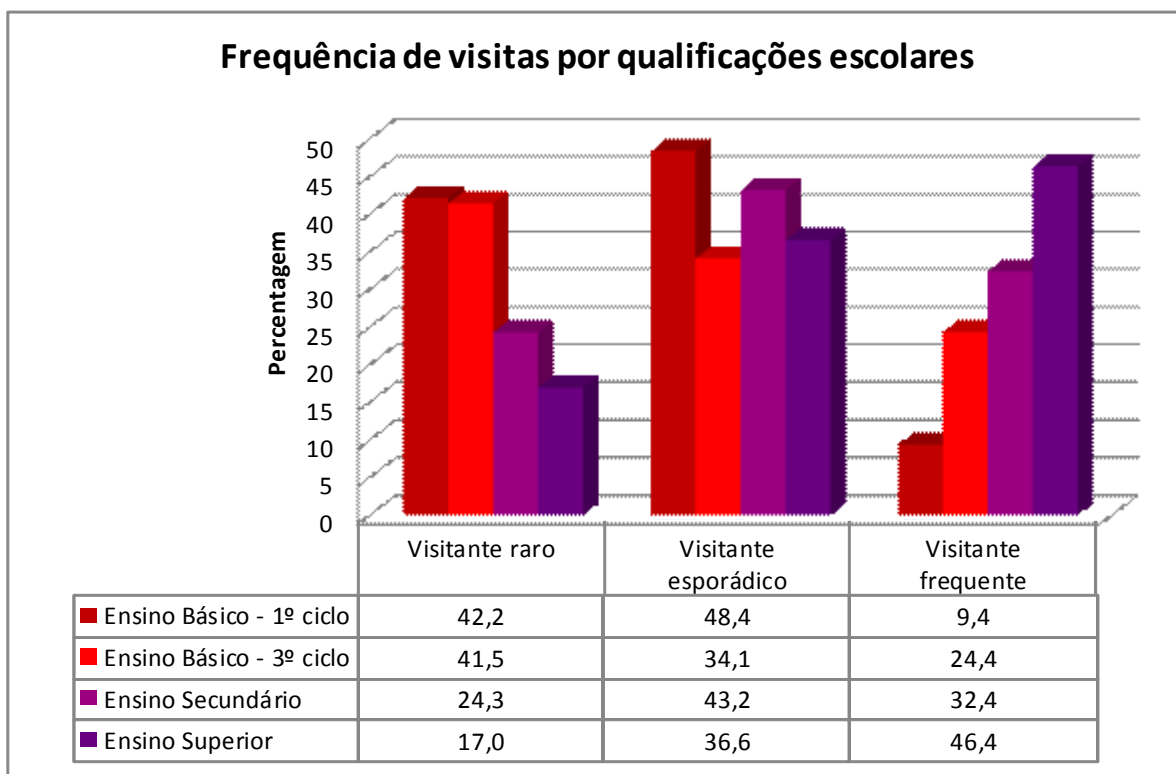


Gráfico 34

Com base nestes resultados, confirma-se a tendência habitual entre visitantes de museus de os visitantes frequentes serem maioritariamente pessoas com educação superior e os visitantes raros serem pessoas com um nível de escolaridade mais baixo.

1.2 Fontes de informação sobre museus

Quando questionados sobre a forma como tiveram conhecimento dos respectivos museus visitados (gráfico 35), a larga maioria dos inquiridos escolheu a resposta *sempre soube, é um museu conhecido* (48%), seguida da resposta *amigos/familiares/colegas* (26%), sendo que correspondeu a 46% e 25% do total de respostas dadas, respectivamente (esta pergunta admitia resposta múltipla). Outras fontes de informação tiveram resultados marginais, em que nenhuma ultrapassou individualmente os 8%.

Com base exclusivamente no gráfico 35, não é possível inferir se tanto o conhecimento prévio à visita dos museus, como a influência dos amigos/familiares/colegas assentam numa sabedoria puramente teórica e/ou se foi adquirida através de experiências museológicas. Contudo, se olharmos para o gráfico 36, verificamos que dos inquiridos que responderam *sempre soube, é um museu conhecido*, 79% fizeram-no porque já tinham visitado o museu anteriormente. O seu conhecimento era empírico e não somente teórico, como foi o caso de cerca de um quinto (21%) das pessoas inquiridas. Numa tendência inversa (gráfico 37), dos que escolheram a resposta *amigos/familiares/colegas*, 71% visitava o museu pela primeira vez.

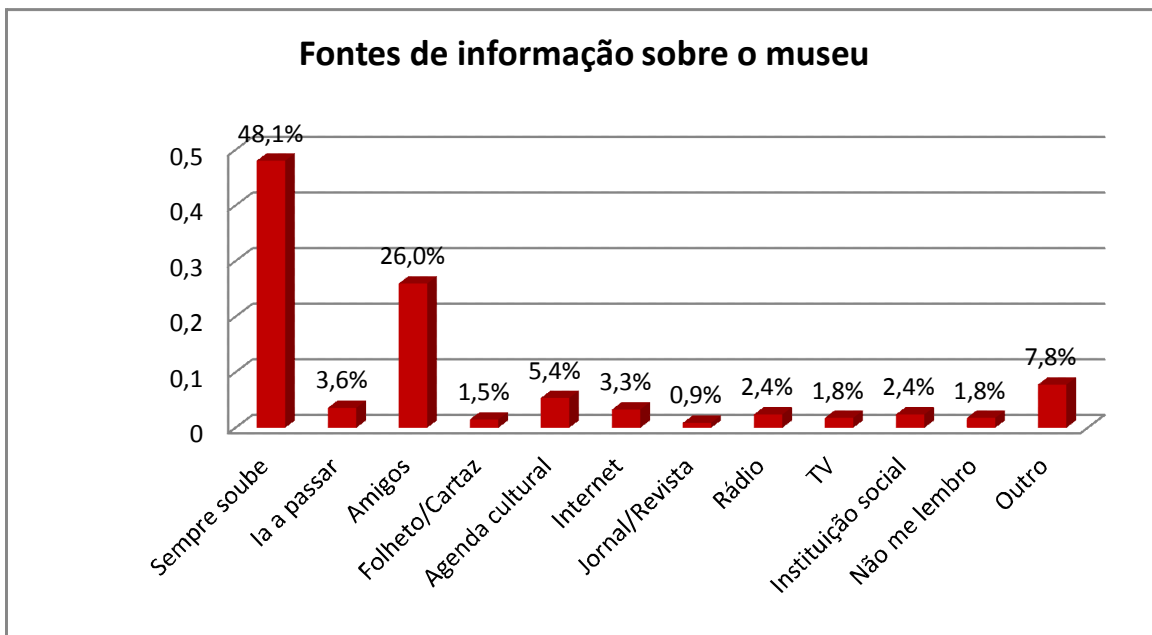


Gráfico 35



Gráfico 36



Gráfico 37

O conhecimento dos museus da amostra é transversal aos públicos inquiridos, independentemente do seu nível de escolaridade, como se pode verificar no gráfico 38. Das pessoas que concluíram o ensino superior, mais de metade (55%) declararam que sempre souberam do respectivo museu.

No que diz respeito à resposta *amigos/familiares/colegas*, realça-se o facto de o grupo do ensino básico - 3º ciclo - ter registado a maior percentagem (42%) nesta opção de resposta. Em contrapartida, o grupo com a menor qualificação escolar foi aquele que registou maior número de pessoas em absoluto (27), o que correspondeu a 36% das escolhas. No que concerne este grupo do 1º ciclo, ele destaca-se nitidamente dos restantes quanto à utilização e consulta da agenda cultural (9,2%) rádio (3,9%) e televisão (5,3%).

Outro indicador que merece ser frisado é o facto de a internet só ter sido utilizada como meio de recolha de informação sobre o museu pelos dois grupos com níveis de escolaridade mais elevados (secundário e superior), embora de uma forma muito pouco expressiva, ao não ultrapassar os 5%.

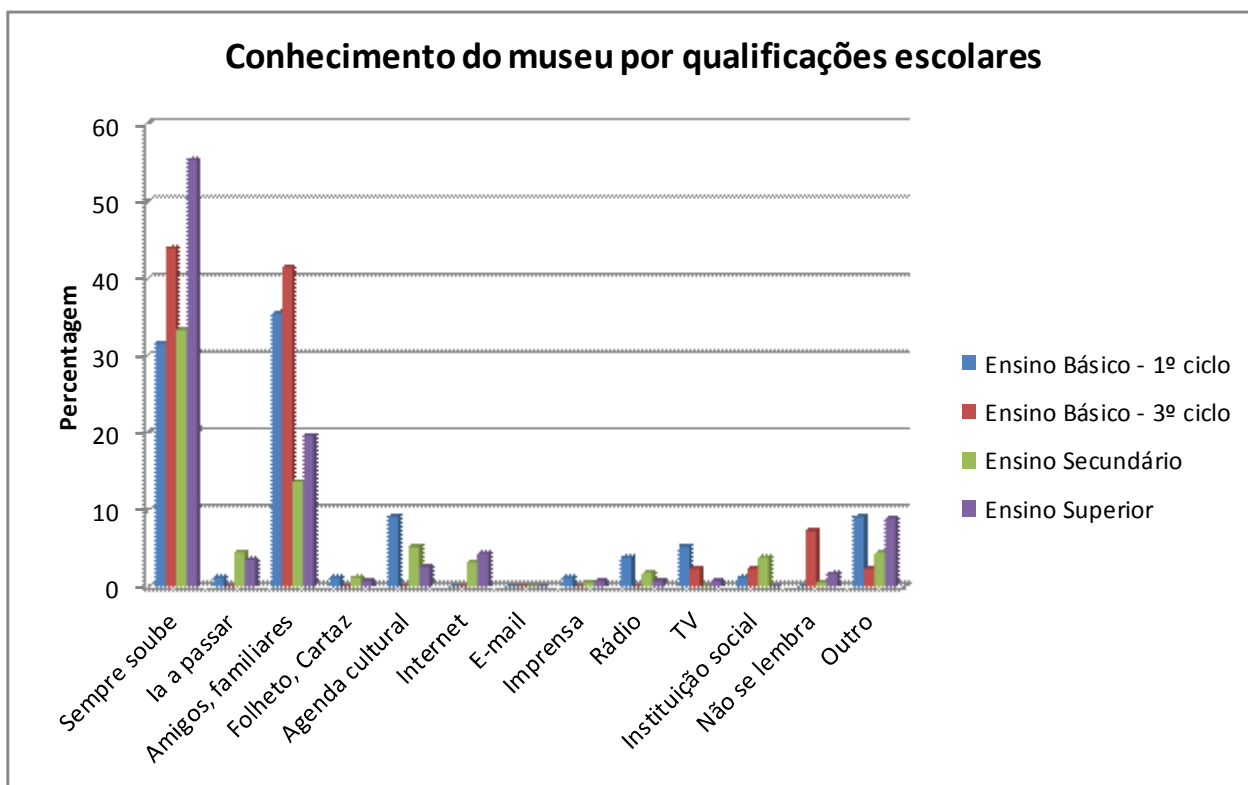


Gráfico 38

1.3 Contexto da visita ao museu

No que diz respeito ao motivo da visita, não parece existir uma razão dominante (gráfico 39). É importante salientar que esta pergunta não permitia resposta múltipla, dado que se queria precisamente identificar qual a motivação determinante. As três principais razões apontadas foram: *alguém convidou ou sugeriu* (23,5%), *visitar exposição nova* (22,3%) *quis conhecer* (20,5%).

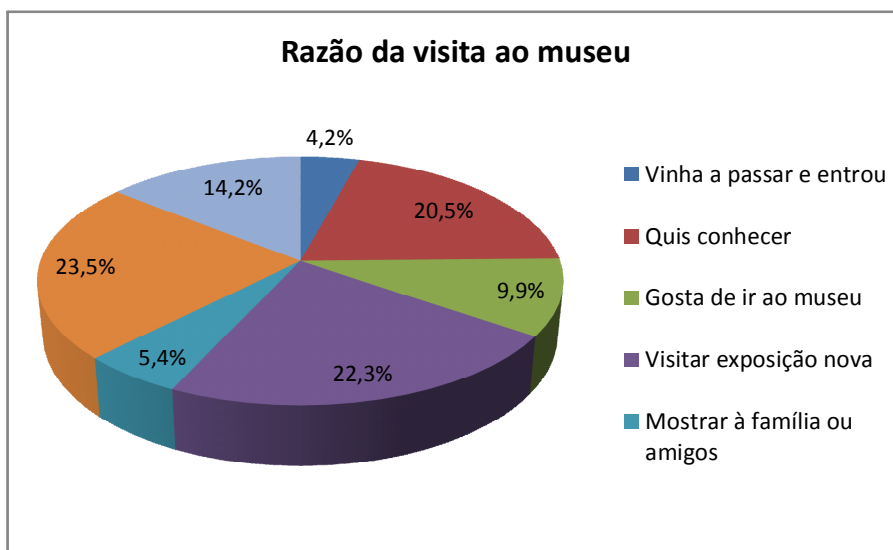


Gráfico 39

No inquérito procurou-se igualmente saber o contexto social da visita, isto é, perceber com quem é que os inquiridos tinham ido ao museu (gráfico 40). Entre as várias possibilidades de escolha, a mais frequentemente assinalada foi a opção *amigos* (34,9%). Por outro lado, um quarto dos inquiridos (25,4%) visitou sozinho e 21% com o seu cônjuge/companheiro. Apenas 3% dos inquiridos afirmou ter vindo ao museu com os netos.

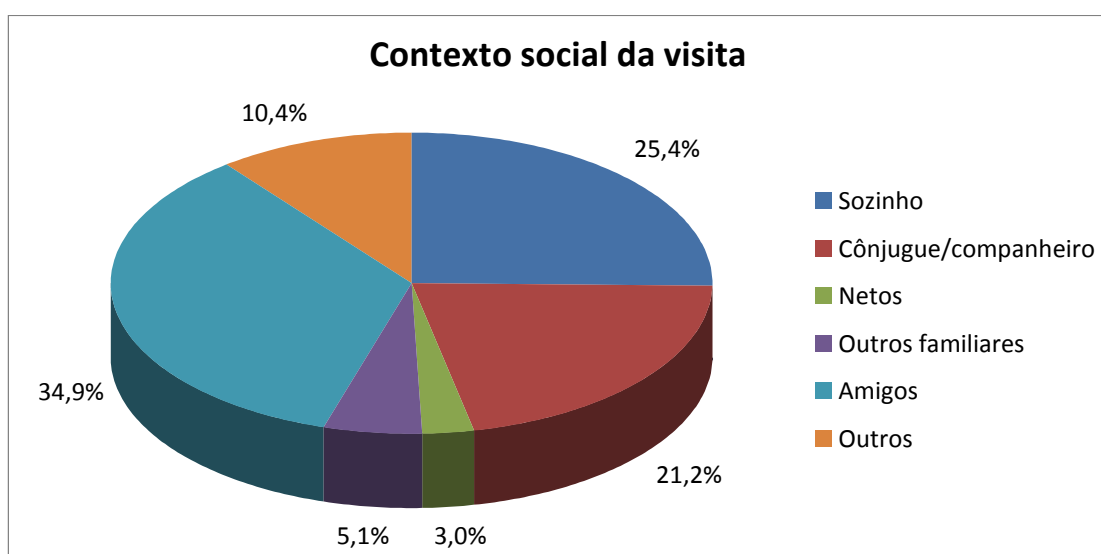


Gráfico 40

Numa análise mais aprofundada dos dados do gráfico, podemos verificar que no cômputo geral, 75% dos visitantes veio acompanhado e cerca de metade destes foram amigos. Ademais, se olharmos novamente para o gráfico das razões da visita, verificamos que aproximadamente um terço das pessoas (29%) foram convidadas ou incitadas a visitar ou quiseram mostrar o museu à família e aos amigos. Confirma-se assim a tendência normalmente apontada pelos estudos de público a visitantes de museus que o convite de amigos / familiares ou a recomendação de uma visita por estes é o factor mais determinante tanto na tomada de consciência da existência do museu, como também como razão para a visita.

Na diferenciação por escolaridade e por frequência de visita, também não existem padrões de variação percentual significativos a registar, como se pode verificar nos gráficos 41 e 42. O que há de mais relevante a registar é que a percentagem de pessoas que vão sozinhas ao museu aumenta entre as três categorias de visitantes, oscilando crescentemente entre 19% (raros), 22% (esporádicos) e 36% (frequentes). Com base na inversão das variáveis, verificou-se que dos inquiridos que visitaram o museu sem companhia 44% são visitantes frequentes, 35% são

raros e 21% são esporádicos, o que indica que os visitantes mais frequentes são também pessoas habituadas a visitar sozinhas ou que visitam sozinhas por opção.

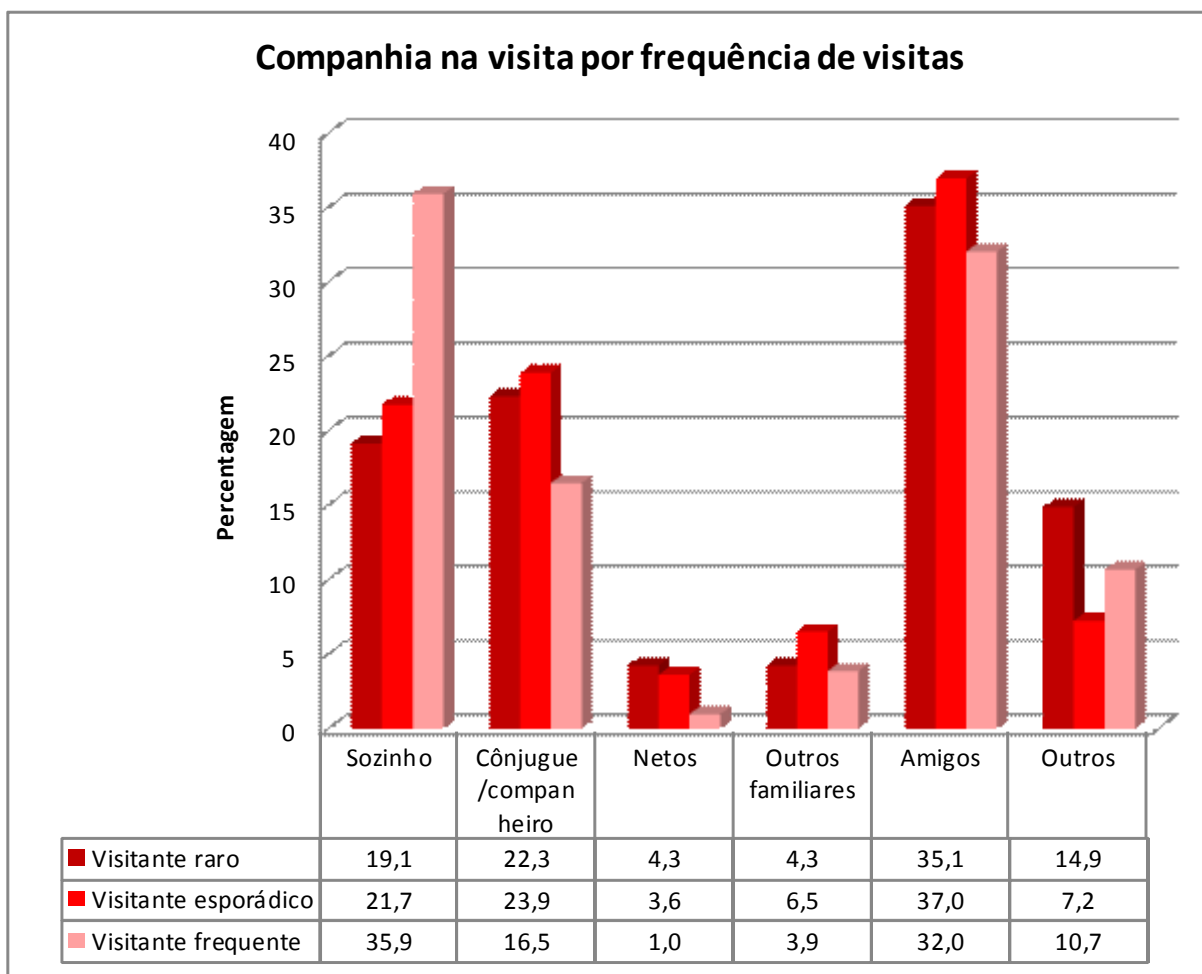


Gráfico 41

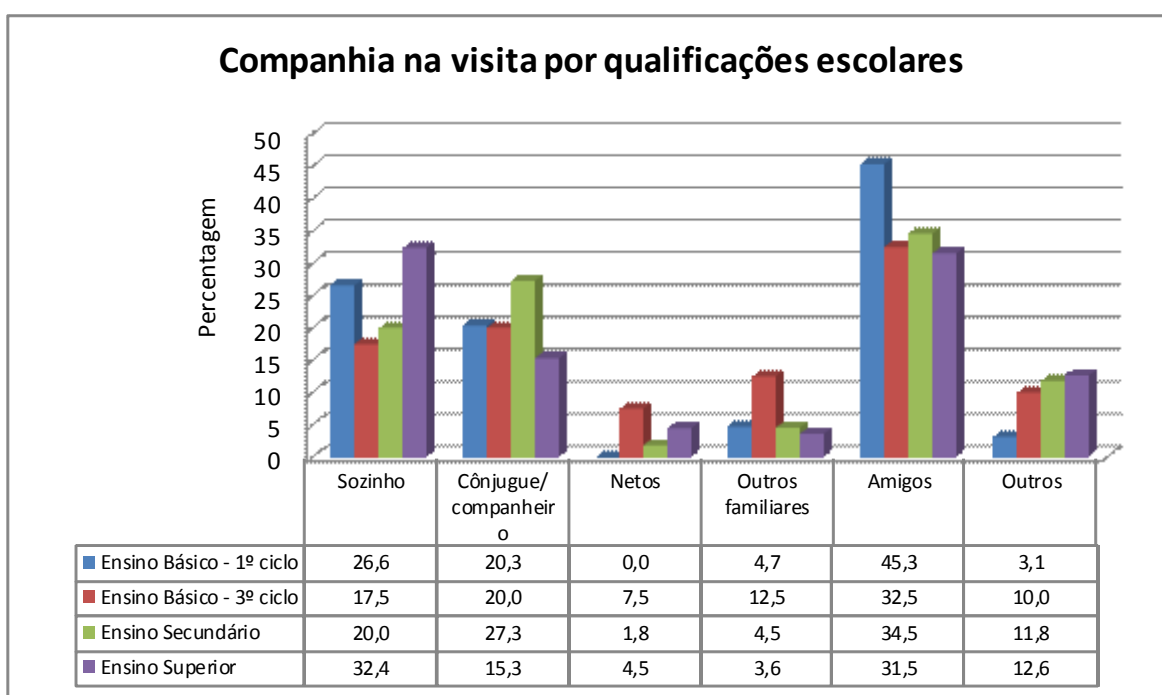


Gráfico 42

Na análise do gráfico 43, realçam-se algumas diferenças entre os universos masculino e feminino no que toca sobretudo à frequência das respostas *sozinho* e *cônjuge/companheiro*. Assim, 31% dos homens inquiridos declarou ter vindo sozinho ao museu, ao passo que no universo das mulheres, esta opção registou 20% das escolhas. Numa perspectiva inversa, do grupo de pessoas que veio sozinho, 57% foram homens, 43% mulheres. Vir acompanhado pelo companheiro/cônjuge foi o caso concreto de 27% e 16% de homens e mulheres, respectivamente, o que significa que, entre as pessoas que visitaram neste contexto, 60% foram homens e 40% mulheres. Os restantes indicadores têm diferenças marginais com a exceção da opção *Outros*. Entre as pessoas que escolheram esta opção, 85% foram mulheres e que fizeram referência sobretudo a colegas.

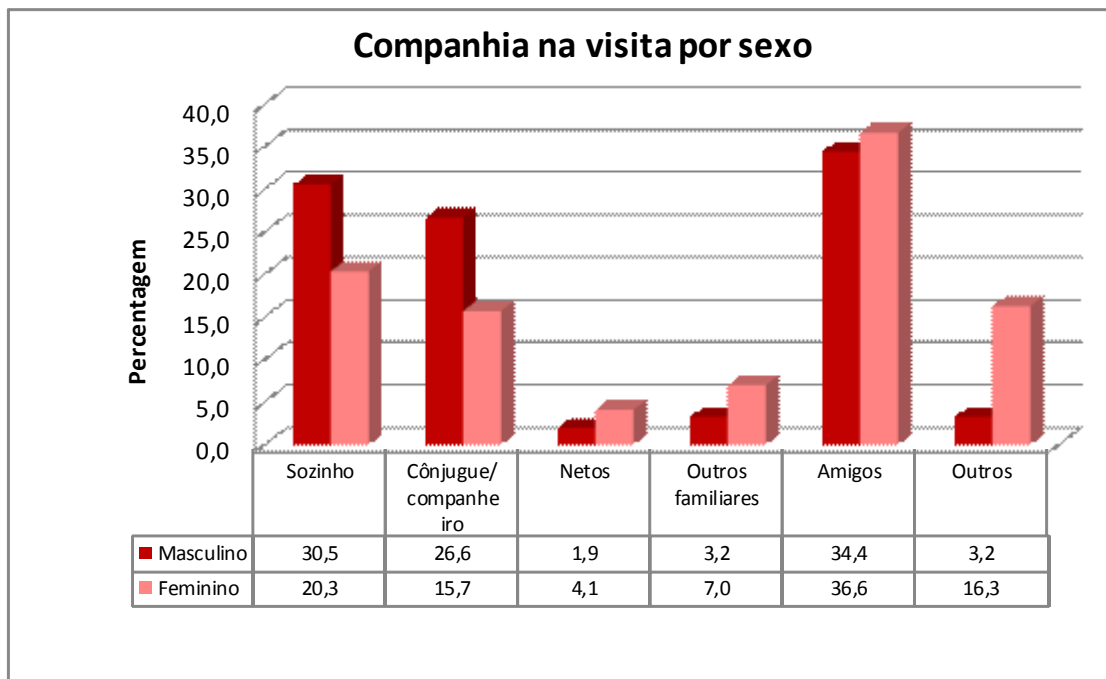


Gráfico 43

Quando questionados sobre a forma como se deslocaram ao museu (gráfico 44), 41% dos inquiridos afirmou ter vindo de carro, 29% utilizou os transportes públicos e 22% deslocou-se a pé. Estes dados serão especialmente mais relevantes e conclusivos quando analisados individualmente em função de cada museu, dado que existem inúmeras variáveis e questões a ter em consideração, nomeadamente: a localização geográfica dos museus, a qualidade dos acessos físicos e da rede de transportes que os serve, a existência de estacionamento adequado, bem como a área de residência dos visitantes e a sua proximidade aos museus.

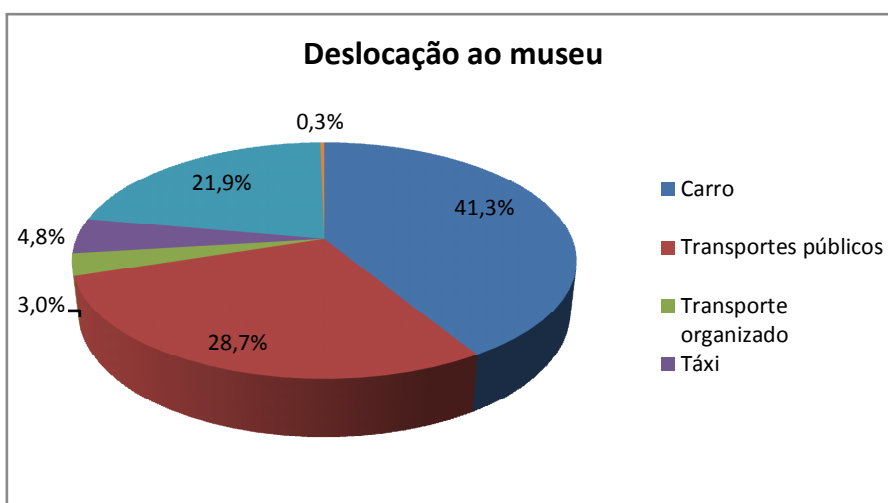


Gráfico 44

1.4 A visita

Um dos grandes objectivos do inquérito foi tentar obter *feedback* sobre a experiência museológica em si, nomeadamente, saber como é que os visitantes seniores interagem com o museu, o que fazem durante a visita, se são confrontados com dificuldades ou impedimentos.

Começando pela duração da visita (gráfico 45), para a maioria (55%) a mesma durou entre uma a duas horas, ao passo que para 41% a visita não excedeu a uma hora. Embora, mais uma vez, estes dados sejam mais relevantes em função do museu em específico a que reportam (dado o enorme número de variáveis, a começar pela dimensão do museu e suas colecções), podemos concluir que, independentemente do museu e do grupo etário dos visitantes, foi raro exceder-se 2 horas de visita (4%).

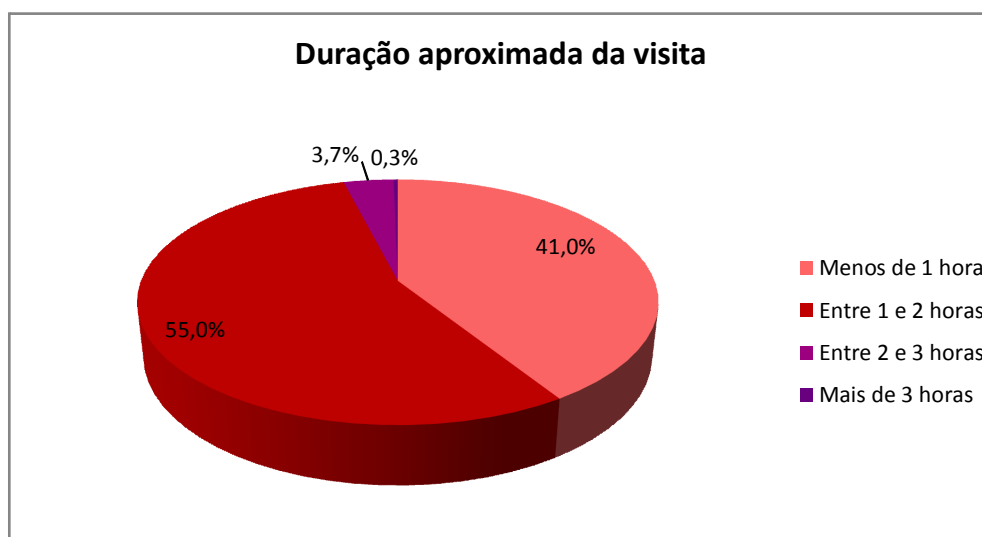


Gráfico 45

Dois dos maiores desafios para o visitante que queira estar longos períodos de tempo dentro de um museu são: combater o cansaço físico e a fadiga mental. Ambas as dimensões de cansaço são transversais a qualquer faixa etária da população, afectando não só a predisposição e a capacidade de concentração do visitante, como subsequentemente, o fluir e o prazer da sua visita. No caso do público sénior, a resistência e a mobilidade física é menor em comparação com públicos mais jovens.

Embora não possamos tirar ilações quanto ao peso que certos condicionantes físicos podem eventualmente ter na duração do tempo médio de visita a museus, o que podemos constatar no gráfico 46 é que, na óptica dos inquiridos, há alguns aspectos que condicionaram a visita. Se atentarmos ao respectivo gráfico, verificamos que 15% apontaram a falta de bancos portáteis e 11% a falta de zonas de descanso. Foram também seleccionadas outras respostas ligadas a questões de mobilidade, embora com valores menos expressivos individualmente: elevadores (8,3%); corrimãos (3,5%); piso aderente (3,2%); rampas (2,2%); cadeira de rodas (0,3%). No que diz respeito a questões de orientação e de interpretação, alguns dos inquiridos consideraram que a sinalética não foi suficiente e/ou suficientemente clara para se orientarem dentro (3,8%) e fora do museu (3,5%), ao passo que outros sentiram a falta da explicação e interpretação por via de um guia (6,4%) ou de um audioguia (6,1%).

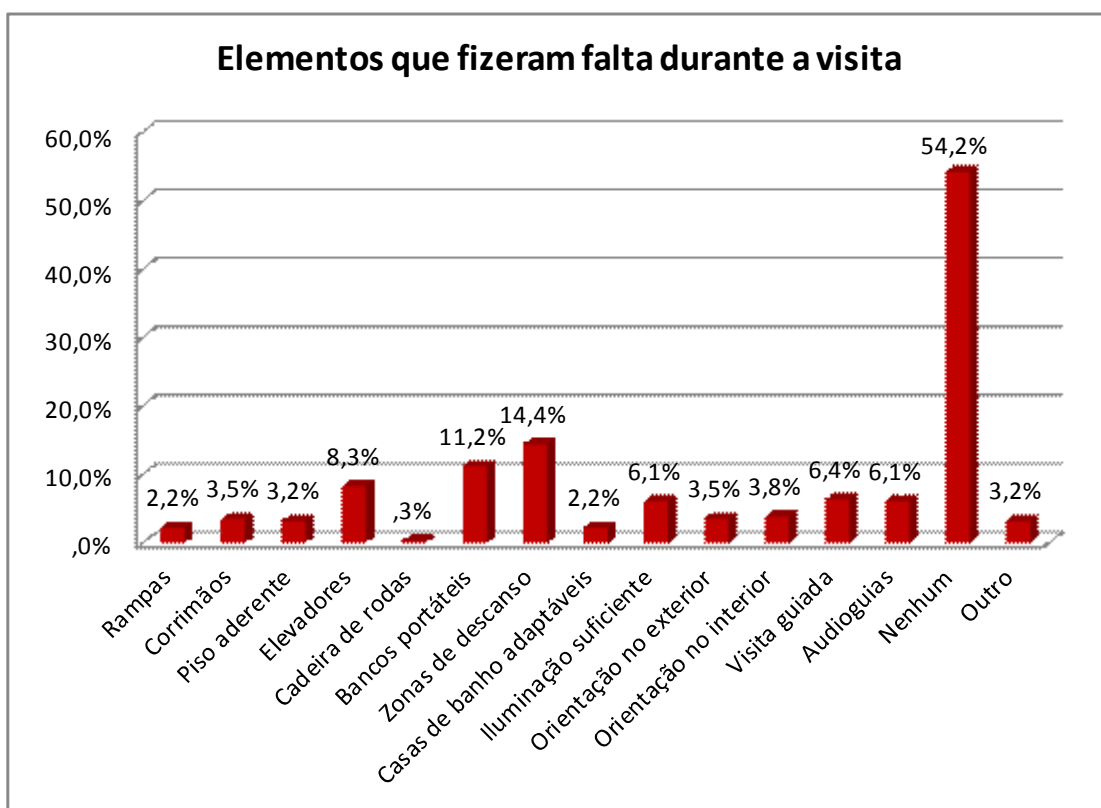


Gráfico 46

Não descurando a importância das condicionantes cognitivas e simbólicas, deve ser salientado o facto de 54% dos inquiridos ter afirmado não ter sentido a falta de nenhum dos elementos sugeridos ou outros durante a visita. Por um lado, isto poderia significar que os museus estão muito bem preparados para dar resposta às necessidades destes visitantes. No entanto, de acordo com a experiência empírica de quem trabalha em museus e com visitantes seniores, este é um público que manifesta maioritariamente agrado e satisfação com as visitas a museus, ignorando, ou até desconhecendo, 'pormenores' que poderiam tornar a sua experiência mais agradável ou acessível, mas dos quais os profissionais de museus têm consciência.

Dito isto, e relativamente o grau de satisfação da visita, 60% *gostou muito*, um pouco mais que um terço (38%) *gostou* e apenas 1% *não gostou* (gráfico 47%).

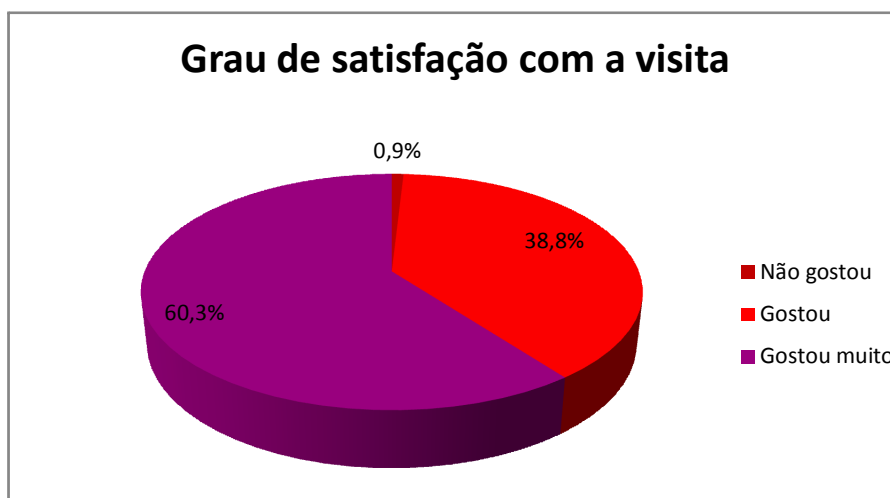


Gráfico 47

Por último, procurou-se aferir o grau de satisfação relativamente a uma série de parâmetros relativos ao acesso, à sinalização, ao atendimento, à mobilidade, ao conforto, à facilidade de leitura e aos conteúdos informativos. De uma primeira leitura dos dados que constam no gráfico 48, o que se depreende é que há um apreço global satisfatório e muito satisfatório do conjunto de aspectos em questão. O parâmetro que melhor foi classificado foi o *atendimento*, tendo sido apreciado e muito apreciado por 22% e 75% do público, respectivamente, o que perfaz um total de satisfação de 97%. Contudo, há ainda alguns aspectos que tiveram nota negativa, nomeadamente as casas de banho, *zonas de descanso* e aos *conteúdos informativos*. Cerca de 19% dos inquiridos *não gostou* ou *não gostou nada* das zonas de descanso, o que, considerando também os resultados apresentados no gráfico 46, indica que a opinião negativa incide não sobre a qualidade dos mesmos mas sobre o insuficiente número de zonas de descanso dentro dos museus. Quanto aos conteúdos dos suportes informativos dos museus, um total de 15% fez uma apreciação negativa.

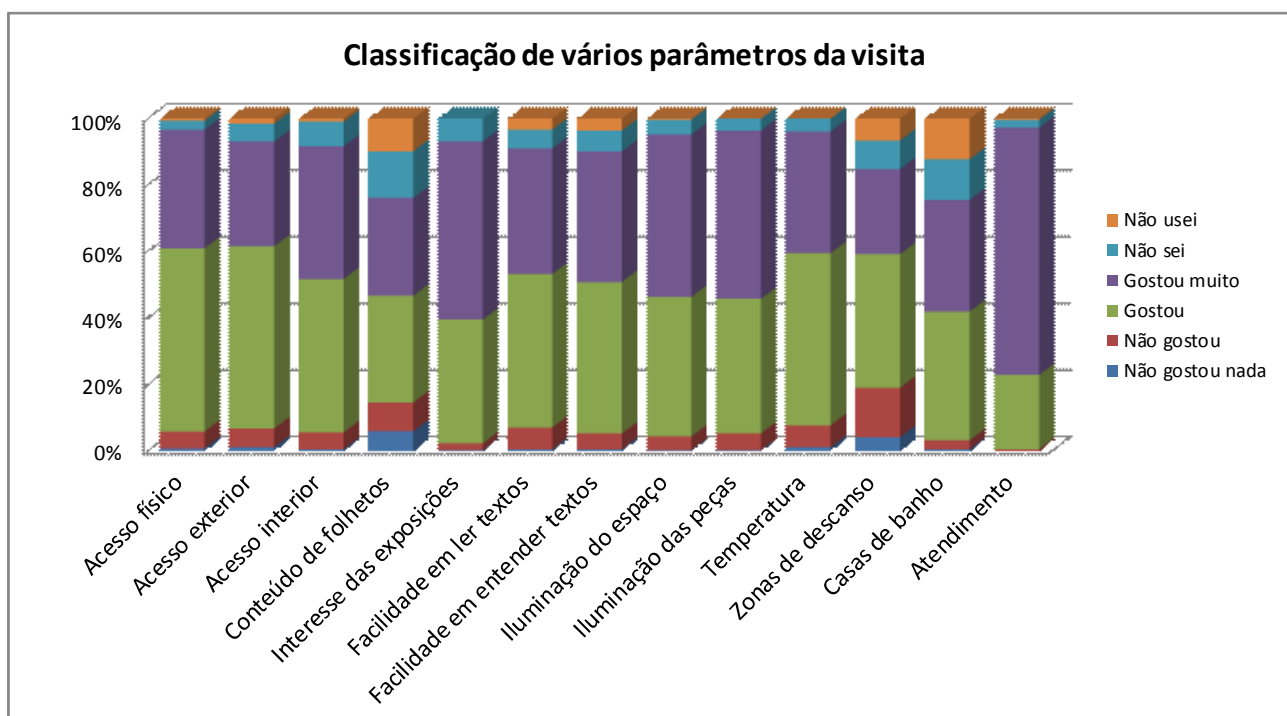


Gráfico 48

1.5 Tempos livres

Uma das consequências do aumento da esperança de vida e da melhoria das condições de saúde dos seniores é o aumento do seu tempo de participação em actividades de lazer e de tempos livres. Neste sentido, procurámos saber, entre uma série de opções de resposta, quais as cinco actividades mais frequentes com que cada inquirido ocupou os seus tempos livres nos últimos 12 meses. O resultado foi traduzido no gráfico 49, onde se constata que a maior parte das pessoas frequentemente prefere: passar tempo com *pessoas amigas* (48%), ir a *museus/exposições* (47%) e *ler livros* (44%). Segue-se *ler jornais/revistas* (40%), *ver TV/DVDs* (33%), *tomar conta de netos/familiares* (31%) e *praticar actividades ao ar livre* (37%). As restantes actividades diferenciam-se por serem práticas menos frequentes e em alguns casos, serem praticamente residuais.

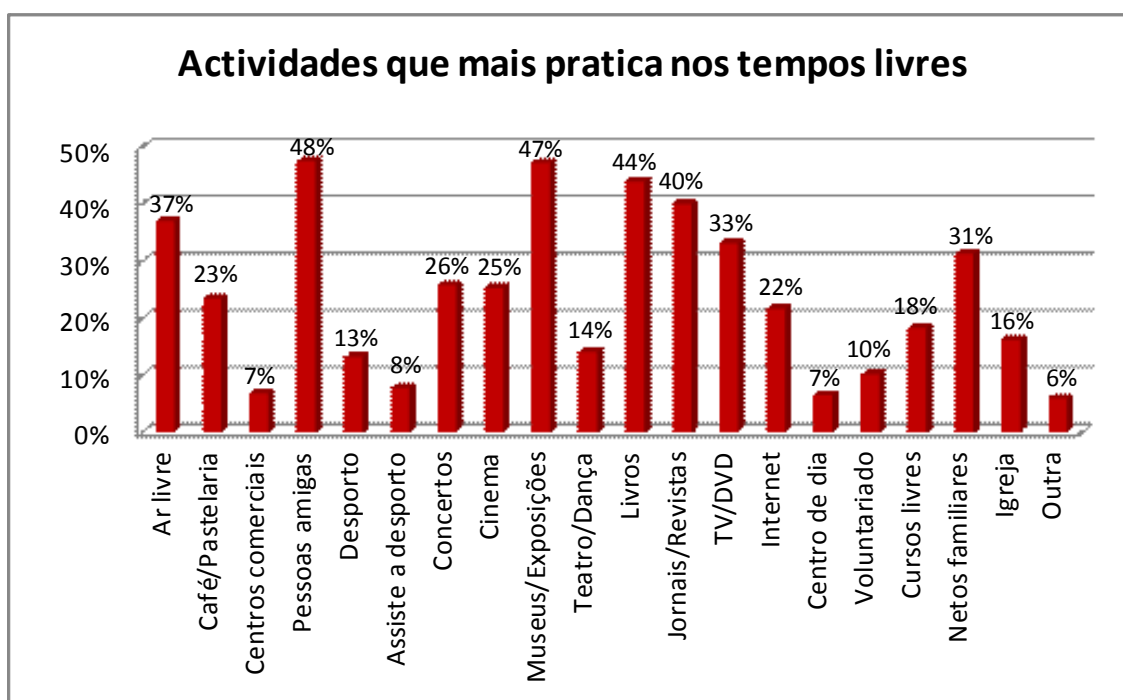


Gráfico 49

Uma forma pertinente de se analisar este conjunto variado de actividades é através da criação de categorias de práticas de tempos livres segundo a natureza da actividade. O objectivo deste tipo de classificação é tentar identificar segmentações de público, sobretudo quanto a hábitos culturais, onde se inclui a ida a museus. Com esse objectivo, criaram-se 4 categorias de práticas: *práticas de saída recreativa*²⁷; *práticas de saída cultural*²⁸; *práticas domésticas*²⁹; *outras práticas*³⁰. Esta última categoria diz respeito a uma série de actividades de tempos livres da população sénior que nem sempre são sinónimos de lazer, pois são actividades ligadas a trabalho associativo em locais como igrejas, associações de solidariedade social, Universidades Seniores e lares. A frequência de actividades no seio destas instituições pode assumir um carácter mais passivo ou activo, consoante o tipo de ocupação e de envolvimento da pessoa, muitas vezes enquadrada num regime de voluntariado. O gráfico 50 mostra-nos que as práticas domésticas são as actividades que, previsivelmente, têm maior expressão no seio das práticas de tempos livres dos seniores, representando 35,7% do total de respostas dadas. O conjunto de actividades com o segundo maior registo de participação foi o de saída recreativa (30%), seguido das práticas de saída cultural (23,6%) e de outras práticas (11%).

²⁷ Incluem-se nesta categoria: pratiquei actividades ao ar livre; fui a cafés/pastelarias; passei em centros comerciais; passei tempo com pessoas amigas; pratiquei desporto; assisti a actividades desportivas.

²⁸ Incluem-se nesta categoria: fui a concertos; fui ao cinema; fui a museus e exposições; fui a espectáculos de teatro/dança.

²⁹ Incluem-se nesta categoria: li livros; li jornais e/ou revistas; vi televisão / DVDs; naveguei na Internet; tomei conta de netos/ familiares.

³⁰ Incluem-se nesta categoria: fiz voluntariado; participei em cursos livres (por exemplo, universidades de terceira idade); fui à igreja/actividades ligadas à igreja; fui ao centro de dia.

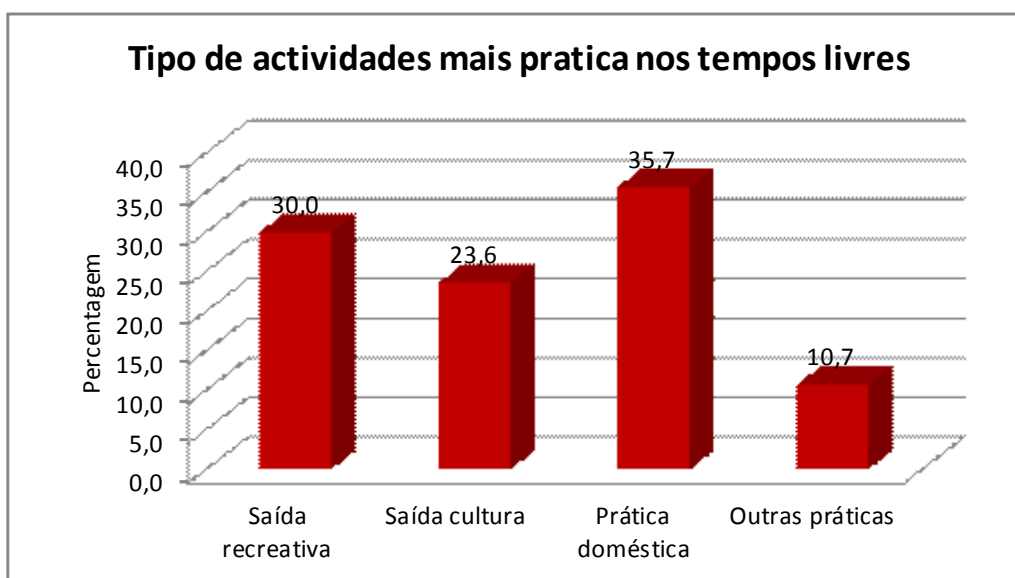


Gráfico 50

Segundo um inquérito recente à população portuguesa com 65 ou mais anos³¹, as ocupações de lazer e de tempos livres da população sénior tendem a variar segundo algumas características sociodemográficas, nomeadamente no que diz respeito ao sexo, à idade e ao nível de instrução. Contudo, no presente inquérito, como se pode conferir nos gráficos 51 e 52, as diferenças entre as actividades praticadas por homens e mulheres são muito ténues, tal como são pouco expressivas no que diz respeito à faixa etária. A única excepção encontra-se nas práticas de cariz associativo (categoria *outros*), em que se denota um maior activismo por parte das mulheres, sobretudo pelas mais velhas.

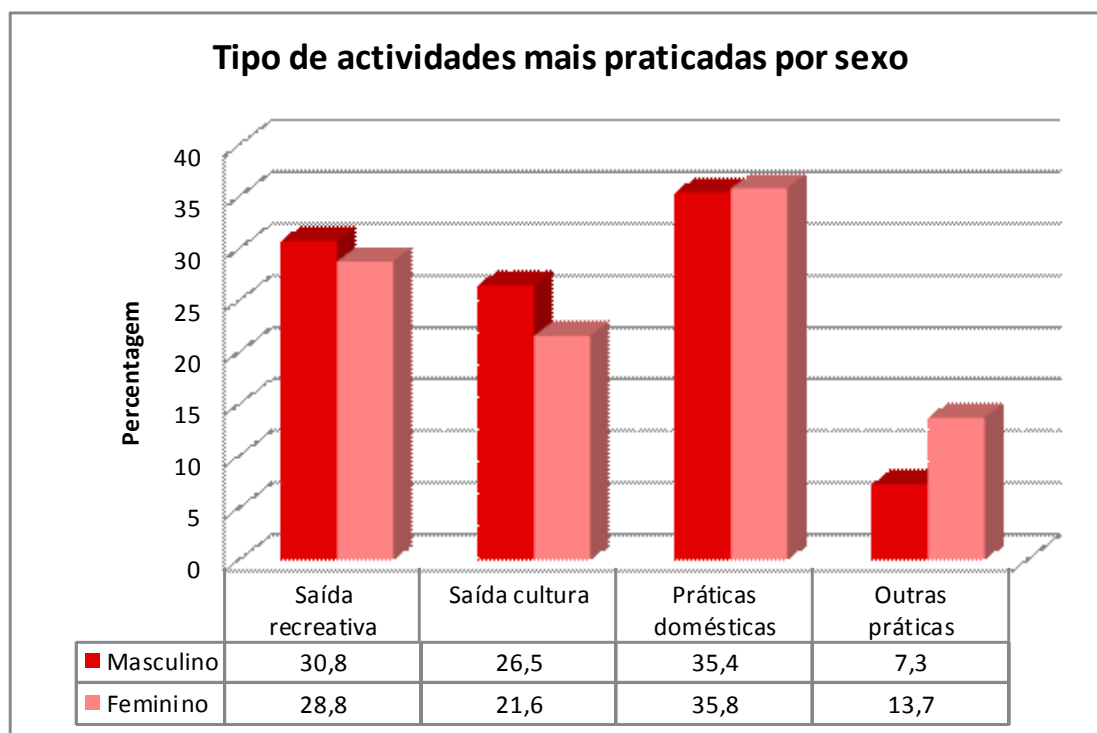


Gráfico 51

³¹ Inquérito *Processos de Envelhecimento em Portugal: Usos do tempo, redes sociais e condições de vida*, realizado em 2011 no Instituto de Ciências Sociais, com o apoio da Fundação Francisco Manuel dos Santos, e cujos resultados se encontram em fase de publicação.

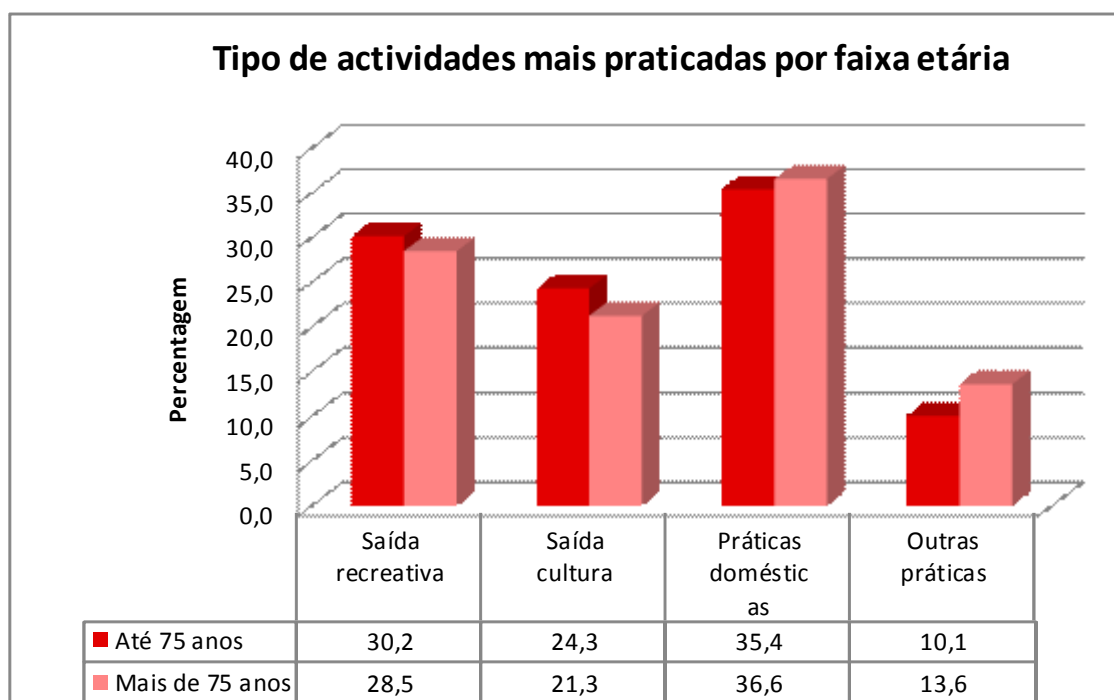


Gráfico 52

Onde se verificou que certas variáveis sociais podem influenciar a escolha e realização de actividades de tempos livres, foi ao nível da escolaridade e da frequência do visitante. Como se pode verificar pelo gráfico 53, existe um equilíbrio muito grande no que diz respeito às práticas domésticas, já que se assumem como uma realidade transversal a qualquer pessoa, independentemente do seu nível de escolaridade. Este facto tem lugar porque os seniores passam a maior parte do seu tempo em casa em torno de rotinas e tarefas diárias. Contudo, este equilíbrio não se verifica relativamente às actividades culturais, já que o número de pessoas que as pratica aumenta entre os quatro grupos de escolaridade, oscilando crescentemente entre 11% (1º ciclo), 16% (3º ciclo) 25% (Secundário) e 33% (Superior). Ademais, constata-se que a percentagem de pessoas que procura realizar actividades recreativas diminui à medida que o registo do nível de escolaridade aumenta: 38% (1º ciclo), 36% (3º ciclo) 28% (Secundário) e 24% (Superior). Numa perspectiva inversa (gráfico 54), pode-se constatar que no universo de práticas de saída cultural, quase metade (47%) são realizadas por visitantes com cursos superiores, em contraponto com os que completaram o 1º ciclo, que representam apenas 9%. Poder-se-á então inferir que do universo de visitantes de museus seniores, quanto maior for o grau de ensino, maior será a tendência das pessoas realizarem actividades de tempos livres de cariz cultural e com a mesma frequência com que se ocupam com actividades domésticas. Reciprocamente, quanto menor for o grau de ensino, maior será a tendência das pessoas realizarem actividades de tempos livres de cariz recreativo e com a mesma frequência com que se ocupam com actividades domésticas.

Tipo de actividades mais praticadas por qualificações escolares

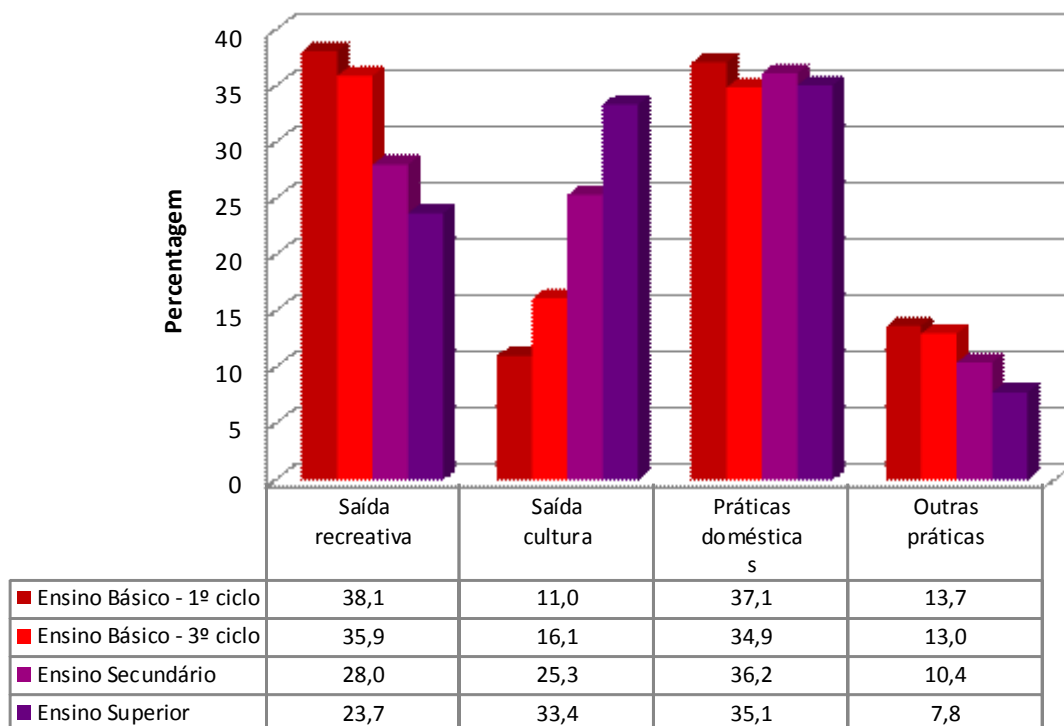


Gráfico 53

Qualificações escolares por tipo de actividades mais praticadas

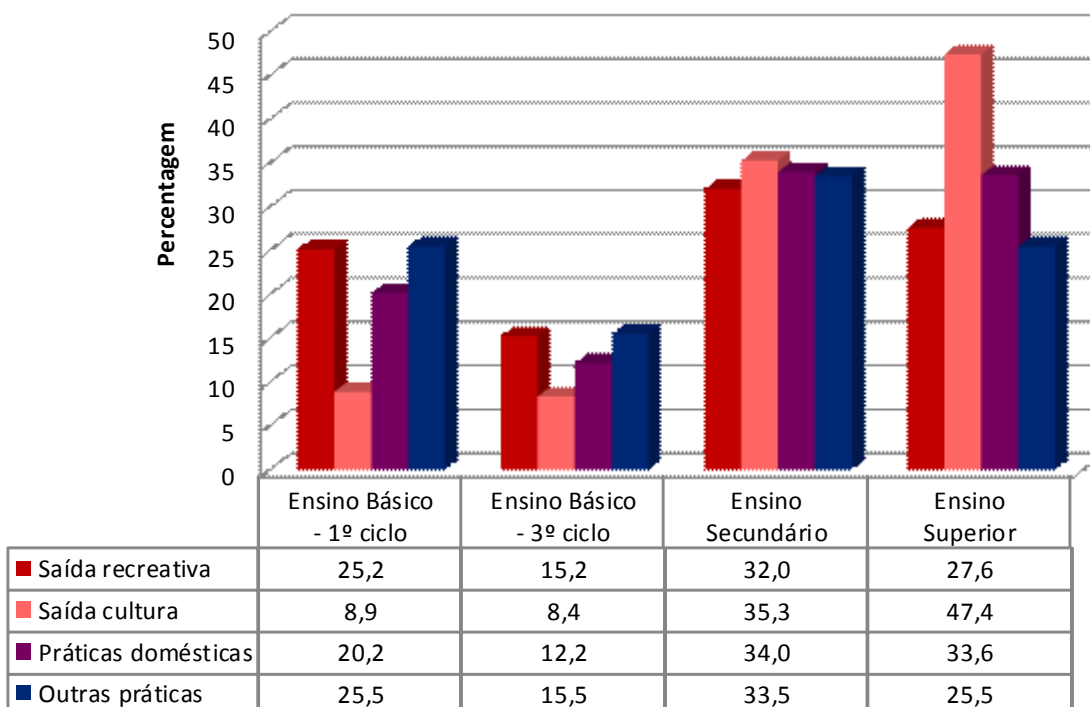


Gráfico 54

Tipo de actividades mais praticadas por frequência de visitas

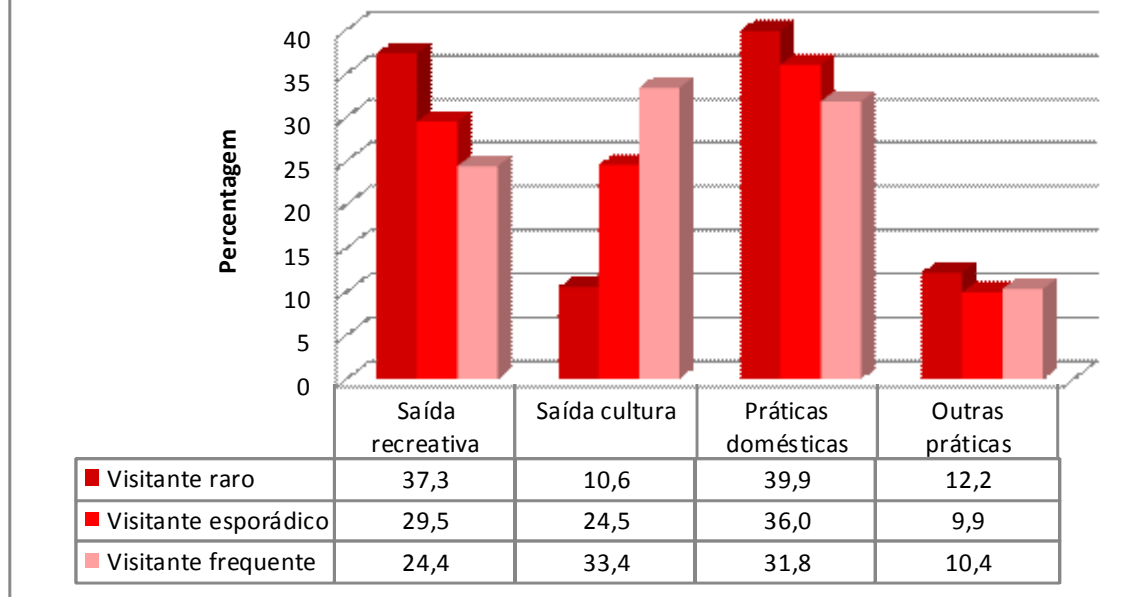


Gráfico 55

Como já analisado anteriormente, existe uma correlação muito forte entre o grau de frequência de um visitante e o seu grau de escolaridade, já que aquele factor se acentua em função deste, sobretudo nos visitantes raros e frequentes que assumem, respectivamente, um perfil de educação maioritariamente inferior e superior. Esta correlação é reforçada no âmbito das actividades de tempos livres, já que a sua realização apresenta maiores diferenças em função dos diferentes níveis de instrução (como verificado acima) e dos hábitos de visita dos inquiridos (gráfico 55). Cruzando os três indicadores ou variáveis, confirma-se, mais uma vez, que entre os visitantes frequentes de museus e também entre os que optam por actividades de cariz cultural, em detrimento das de foro recreativo, a maioria dos inquiridos tem um curso superior. Reciprocamente, entre as pessoas com um grau de ensino menor, a tendência de visitar museus e rara e as actividades de tempos livres de cariz recreativo são mais procuradas do que as de foro cultural.

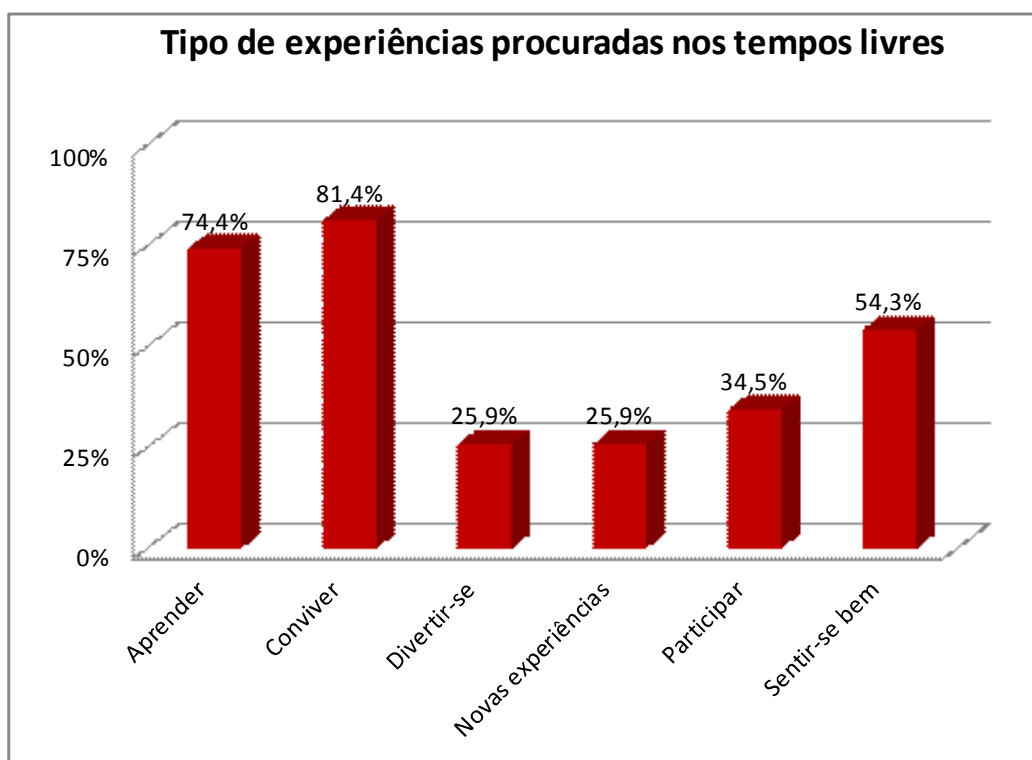


Gráfico 56

Por fim, em complemento de se saber quais as 5 actividades de tempos livres mais frequentes que cada visitante realizou nos últimos 12 meses, procurou-se ainda aferir que tipo de experiências procuram os inquiridos nesses seus tempos livres (gráfico 56). Partindo do pressuposto que os museus são apenas uma actividade de lazer entre muitas outras, o objectivo final foi compreender se os museus oferecem o tipo de experiências que os visitantes desejam quando procuram preencher os seus tempos livres. As opções foram: *aprender*, *conviver*, *divertir-se*, *ter novas experiências*, *participar* ou *sentir-se bem*³². Partindo da análise do gráfico 56, podemos conferir que os inquiridos preferem sobretudo *conviver* (81%) e *aprender* (74%) nos seus tempos livres. *Sentir-se bem* foi a preferência de um pouco mais de metade dos visitantes (54%), apesar de aproximadamente um terço preferir *participar* (35%) e cerca de um quinto *ter novas experiências* (26%) e *divertir-se* (26%).

Para os visitantes seniores inquiridos, as necessidades mais prementes de convívio e de aprendizagem são transversais à sua idade, sexo, frequência de visita e nível de escolaridade (gráficos 57, 58, 59 e 60). Deste modo, o museu, enquanto actividade de lazer, é percebido igualmente pelos seniores como um lugar em que se esperam sobretudo experiências de foro cognitivo e social, sendo que, como vimos, a maioria dos inquiridos que afirmou procurá-los com frequência tem um nível de ensino superior, o que, necessariamente, levanta questões relativamente ao grau de adaptação e acessibilidade dos conteúdos e das experiências propostas para visitantes menos escolarizados, que são visitantes menos frequentes.

³² Estas categorias de resposta foram baseadas em Hood, Marilyn G. "Staying Away: Why People Choose Not to Visit Museums." *Museum News*, Vol. 61, No. 4, April 1983, pp. 50-57

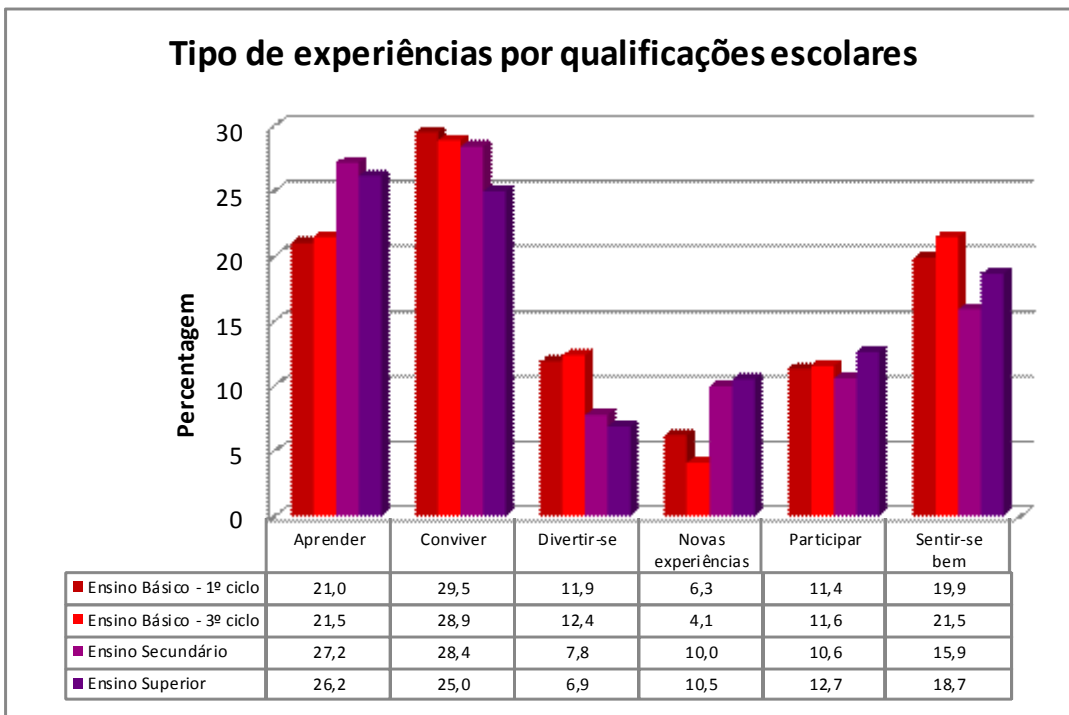


Gráfico 57

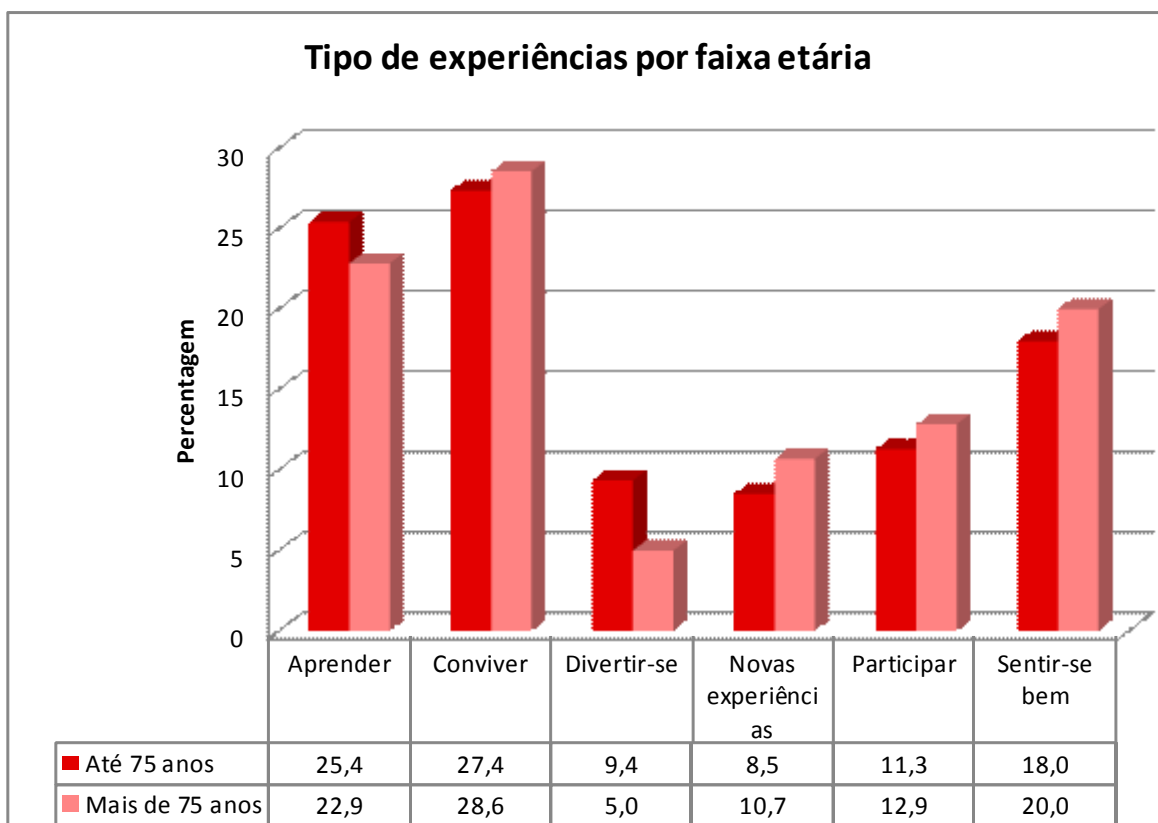


Gráfico 58

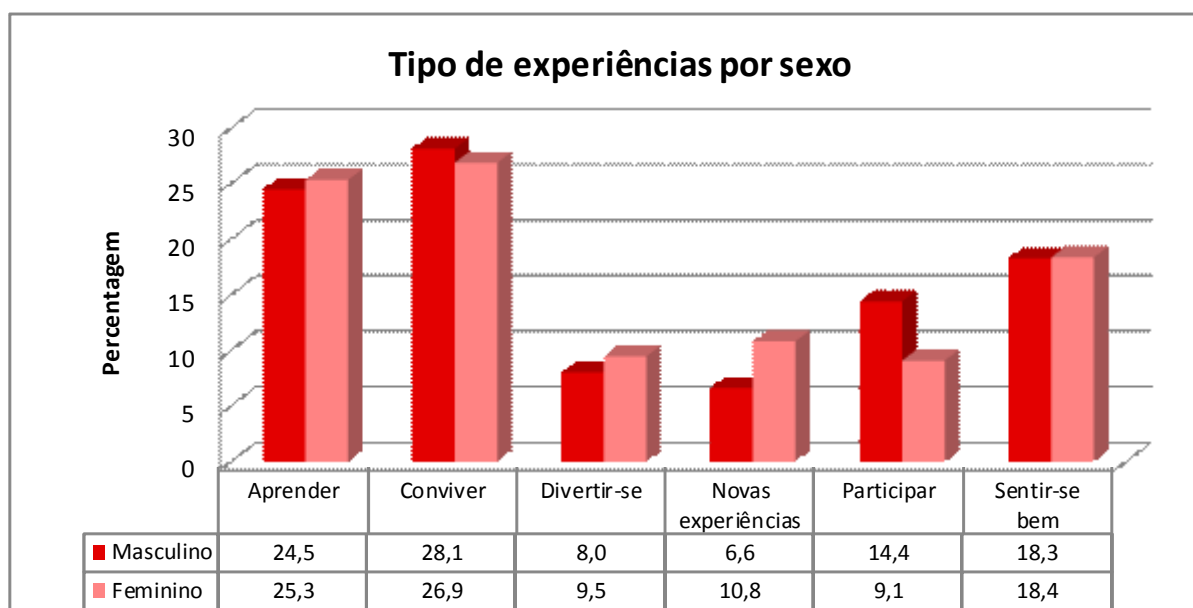


Gráfico 59

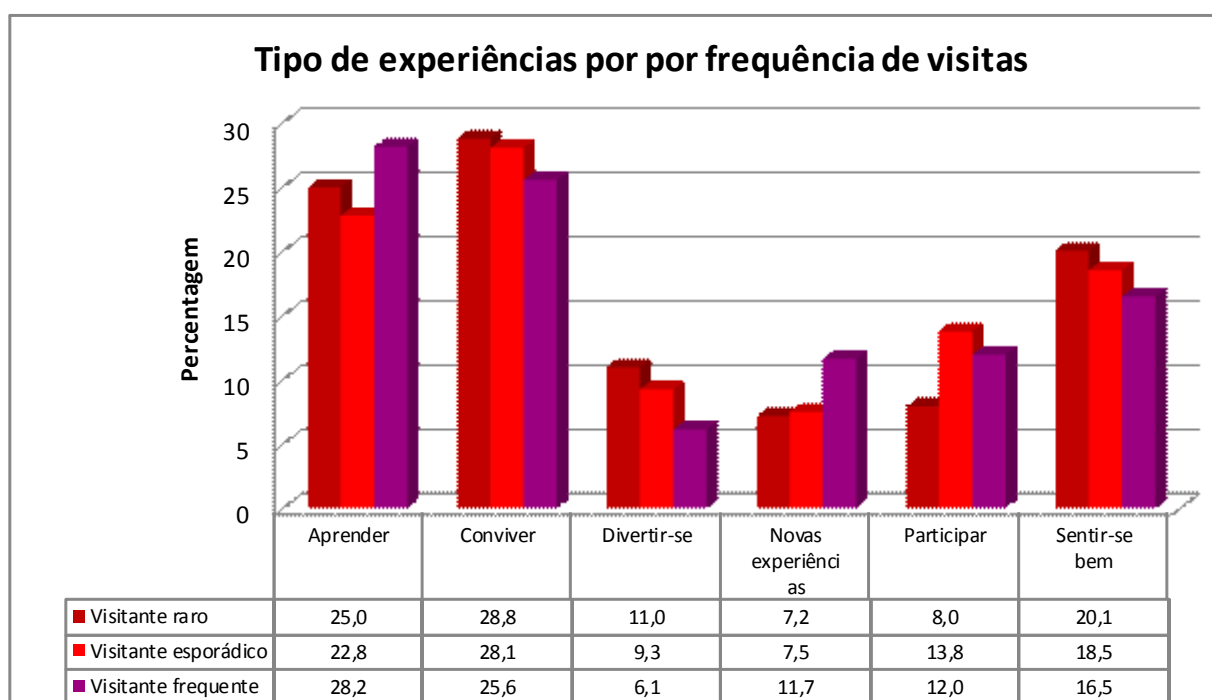


Gráfico 60

2. FOCUS GROUPS

(ver guião dos *focus groups* no anexo 5)

A técnica dos *focus groups*, grupos focais ou conversas semi-estruturadas em grupo, permite recolher informação referente a um grupo específico de informantes de características relativamente homogéneas. Tem como principais vantagens a confirmação dos aspectos que definem aquele grupo particular de indivíduos, ajudando a descrever as suas características, e a complementarização de opiniões/informações sobre os diferentes temas abordados, dado que normalmente uns indivíduos completam a informação disponibilizada por outros.

Para melhor caracterização da relação dos maiores de 65 anos com os museus, foram realizados *focus groups* em cinco cidades do país: Viseu, Porto, Lisboa, Beja e Faro (ver listagem das instituições participantes no anexo 6). Optou-se também por os realizar dentro e fora dos museus. No caso dos *focus groups* realizados fora dos museus estes foram divididos

em grupos com mais do 9º ano de escolaridade e com menos do 9º ano de escolaridade. Esta divisão por grau de escolarização decorre da comprovação empírica, mais do que aceite pela comunidade académica, de que as competências escolares influenciam o hábito de frequência de museus (ver a este respeito o texto *Acima dos 65 anos: tendências, ocupações e participação* neste mesmo relatório).

Realizaram-se, para além de 10 *focus groups* nas cidades referidas (5 com mais do 9º e 5 com menos do 9º ano de escolaridade), 10 *focus groups* dentro de museus (Museu de Loures, Museu do Trabalho Michel Giacometti, Ecomuseu Municipal do Seixal, Museu Nacional de Arte Antiga, Museu Calouste Gulbenkian, Museu do Chiado, Museu da Água, Casa-Museu Anastácio Gonçalves, Museu do Papel Moeda da Fundação Cupertino de Miranda, Museu Municipal de Faro) com grupos mistos (no que se refere à escolaridade). Neste último caso pediu-se a participação dos museus na organização dos *focus groups* tendo sido requerido que convocassem grupos de idosos com uma relação relativamente consolidada com cada museu.

2.1 Caracterização sociográfica dos participantes

Este estudo contou com 153 indivíduos maiores de 65 anos. Participaram nos *focus groups* fora dos museus 90 indivíduos (46 com mais do 9º ano e 44 com menos do 9º ano), 64 mulheres e 26 homens (gráfico 61). Esta desproporção do peso dos participantes femininos e masculinos, corresponde às características da população que frequenta as universidades de terceira idade, acentuando-se ainda mais no caso dos centros de dia, pois tal como é referido no texto de Pedro Moura Ferreira *Acima dos 65 anos: tendências, ocupações e participação*, “Estas instituições são objecto de procura diferenciada por parte de homens e mulheres. Em termos gerais os homens tendem a ter uma presença mais forte do que as mulheres excepto no caso das entidades religiosas e das Universidades Seniores em que a participação feminina é mais expressiva.”

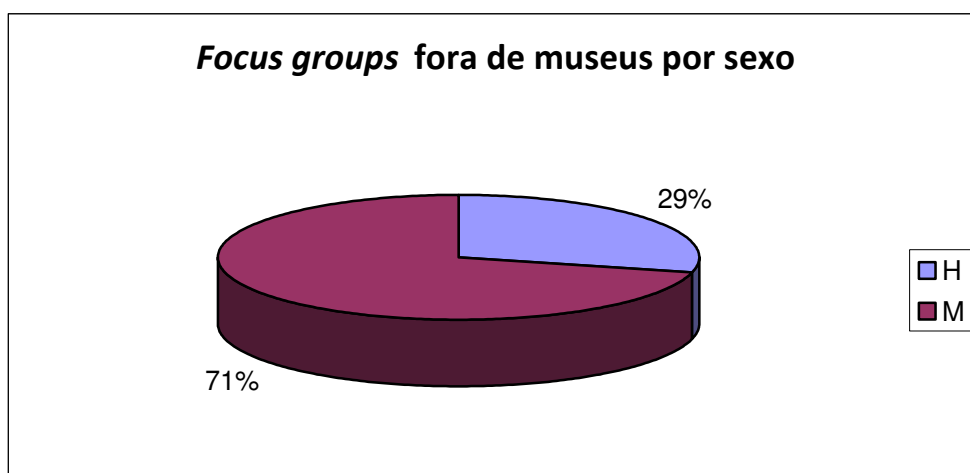


Gráfico 61

Nos *focus groups* realizados dentro dos museus participaram 63 indivíduos, 25 homens e 38 mulheres (Gráfico 62). Estes grupos não sofreram o efeito (relacionado com a frequência das instituições) acima descrito.

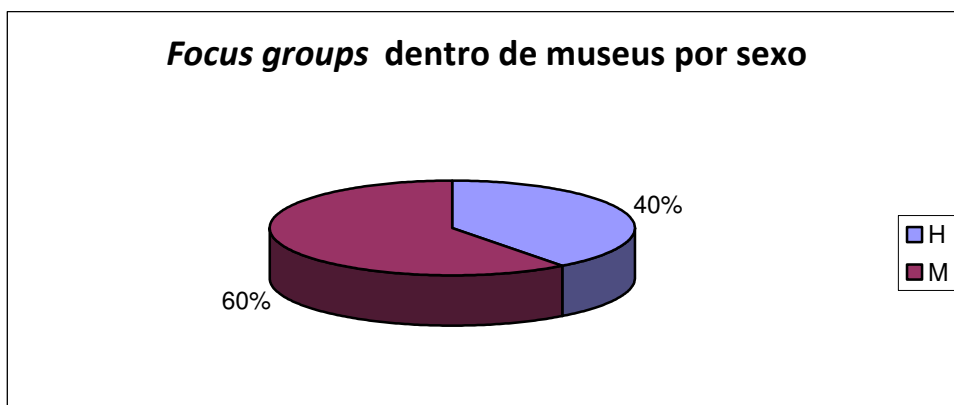


Gráfico 62

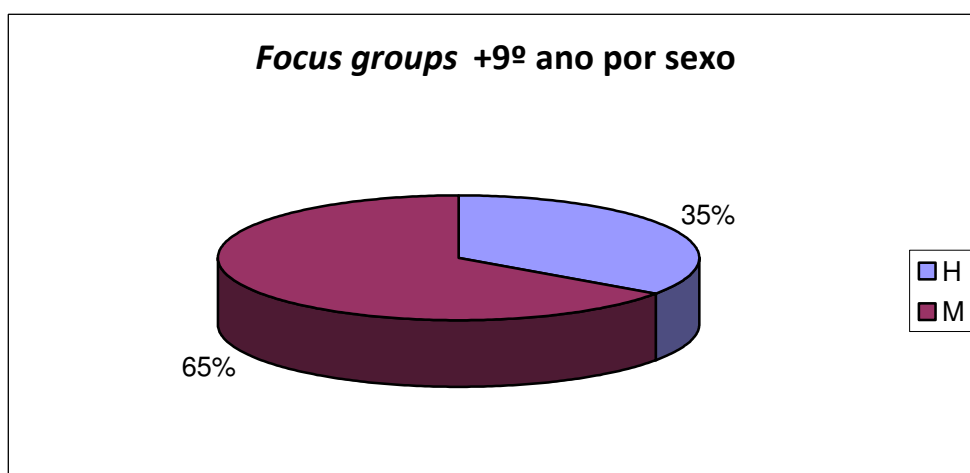


Gráfico 63

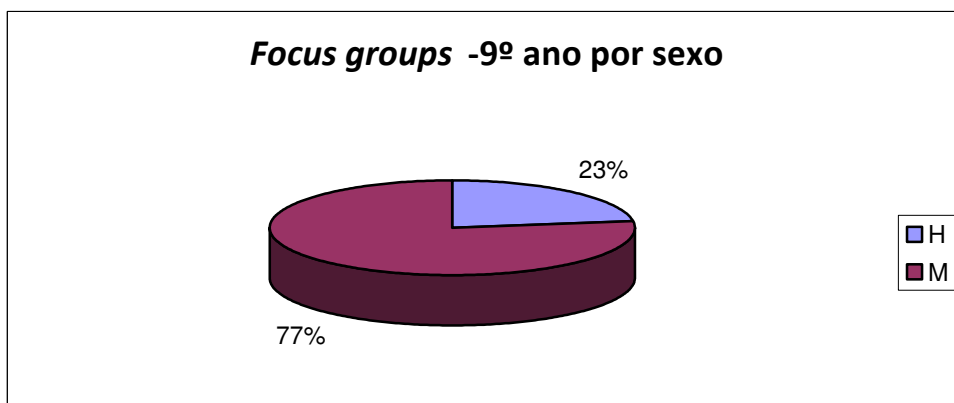


Gráfico 64

No caso dos *focus groups* divididos por níveis de escolaridade (realizados fora dos museus), a desproporção entre indivíduos do sexo feminino e masculino é mais acentuada no caso dos participantes dos grupos com menor escolaridade (gráficos 63 e 64). Esse facto explica-se pelo peso dos *focus groups* realizados em Centros de Dia em que o número de idosas ultrapassou largamente o número de idosos.

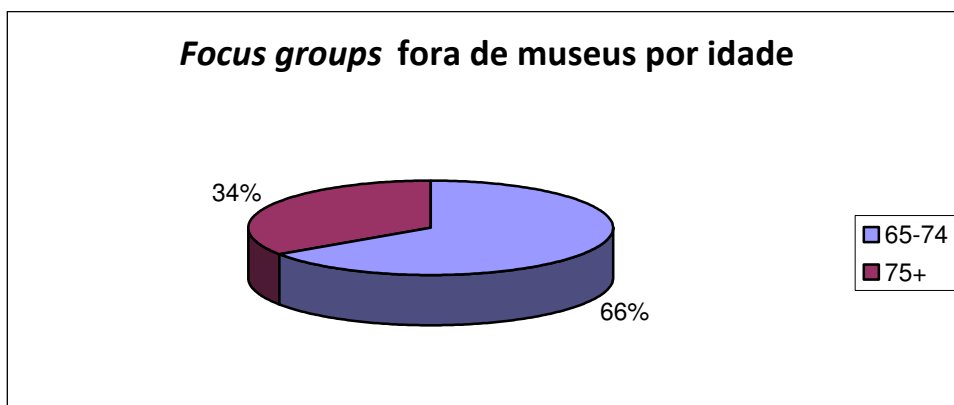


Gráfico 65

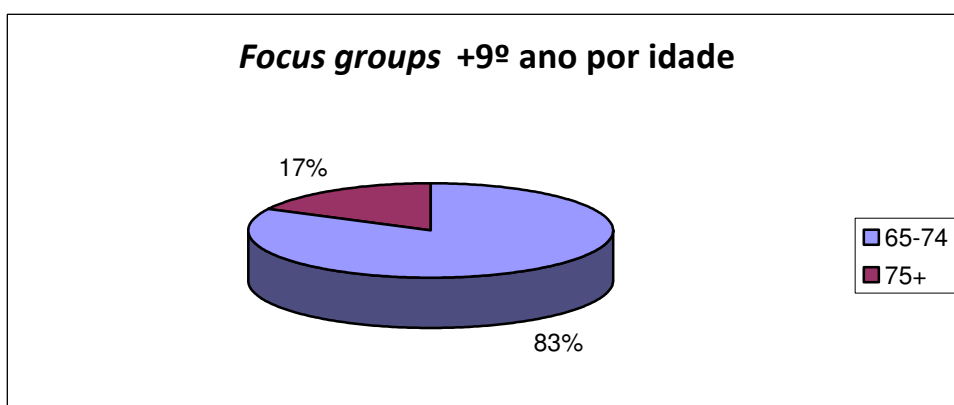


Gráfico 66

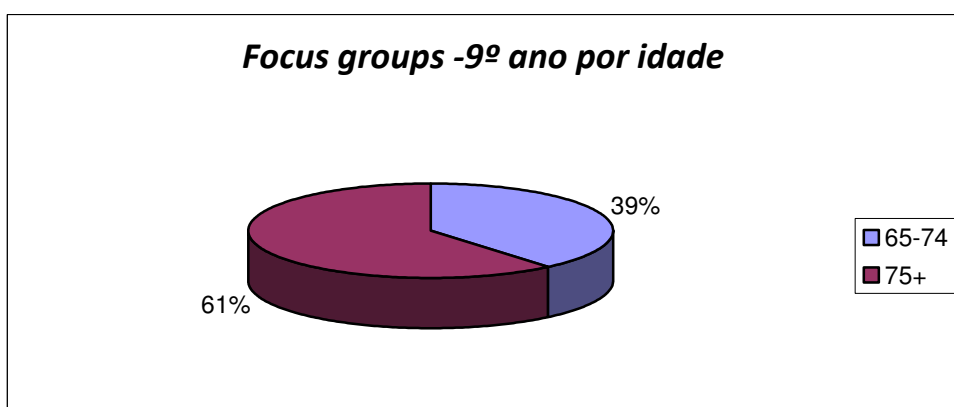


Gráfico 67

Os participantes nos *focus groups* com menos do 9º ano de escolaridade são em média mais velhos (gráfico 67) do que os mais escolarizados (gráfico 66). Este resultado deve-se também ao facto de termos tido dois *focus groups* muito envelhecidos (casos de Viseu e Lisboa) em centros paroquiais.

No caso dos *focus groups* realizados dentro dos museus os grupos etários (<74 anos e > 75 anos) têm pesos idênticos (gráfico 68).

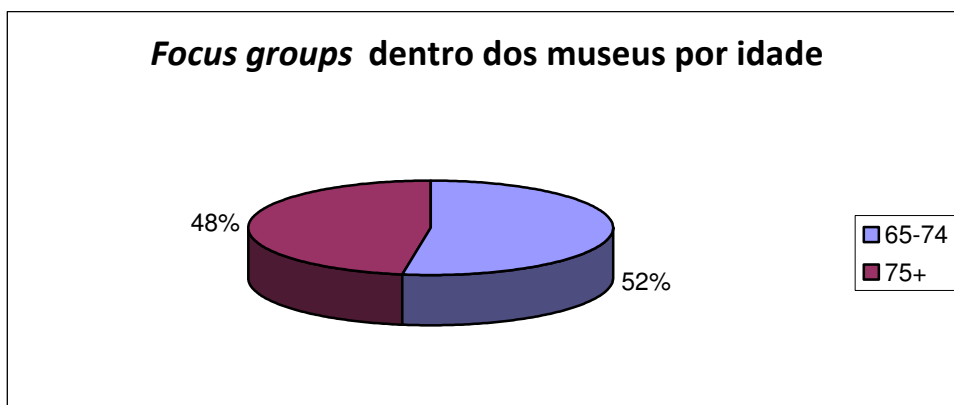


Gráfico 68

Os graus de escolaridade dos participantes nos *focus groups* fora dos museus distribuem-se de forma relativamente equilibrada (gráfico 69).

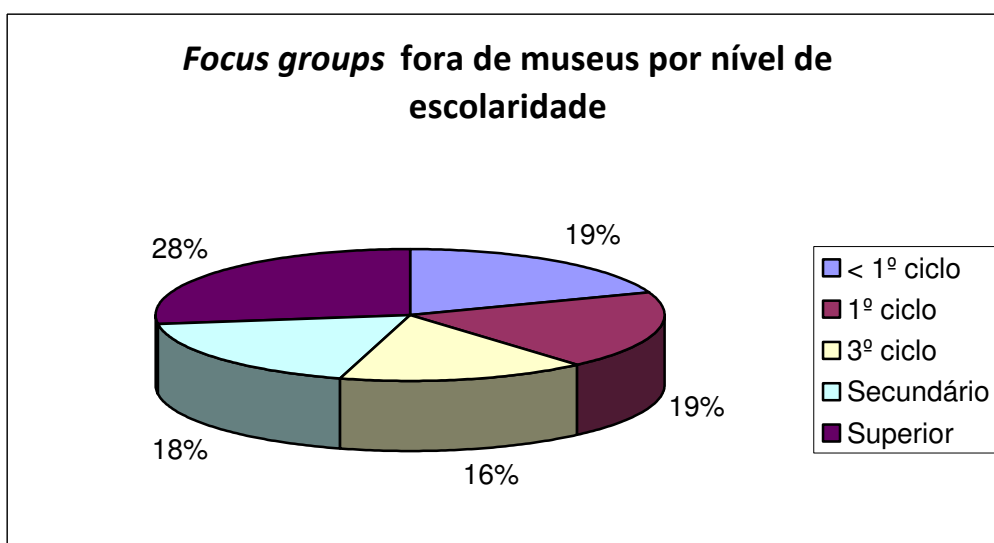


Gráfico 69

Entre os participantes dos grupos realizados fora dos museus com menos do 9º ano, 50% dos participantes têm menos do 1º ciclo e no caso dos com mais do 9º ano, 44% são licenciados (gráficos 70 e 71). Temos pois aqui situações extremas quanto à escolaridade dos dois grupos que tinham à partida sido apenas divididos pela frequência ou não do 9º ano de escolaridade.

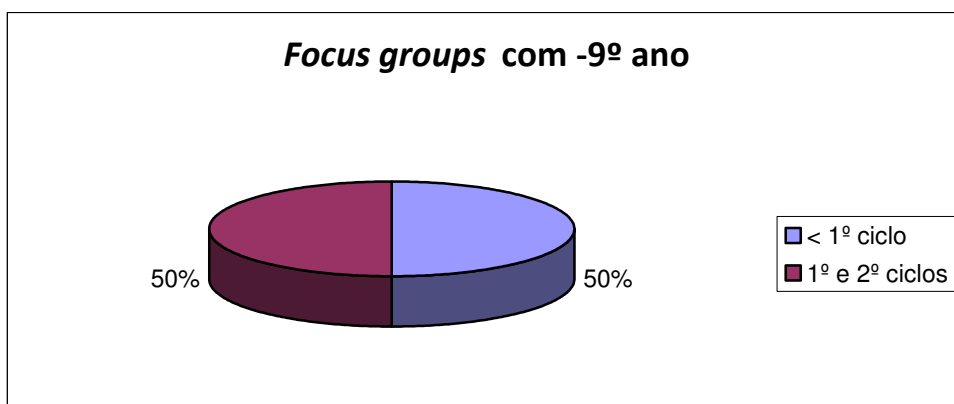


Gráfico 70

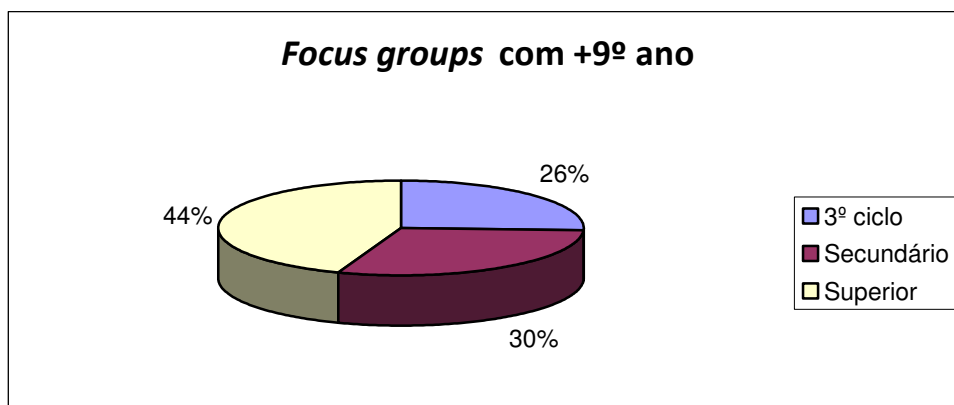


Gráfico 71

No caso dos *focus groups* dentro dos museus, registam-se menos indivíduos com menos do 1º ciclo (gráfico 72).

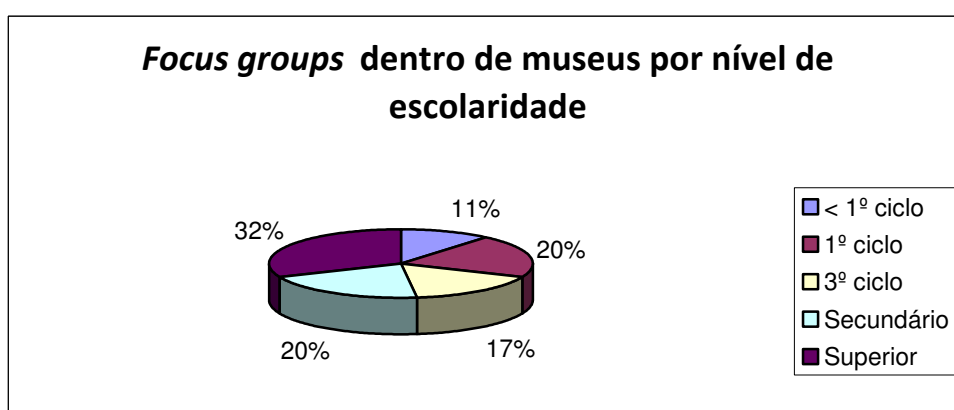


Gráfico 72

2.2 Análise comparada de *focus groups* fora dos museus (+9ºano e -9º ano)

2.2.1 Hábitos de ocupação de tempos livres³³

A frequência de cursos nas Universidades Seniores ou de centros de dia, são uma especificidade desta população que só por si enviesa estes resultados³⁴. No entanto, de assinalar que muitos dos seus hábitos não são propriamente característicos do que se pode antecipar para uma população sénior, praticando uma variedade de actividades que normalmente tenderíamos a atribuir a uma população menos idosa. Esta constatação, que reflecte uma atitude 'jovem' e 'activa' e (em alguns sentidos) 'moderna' (referimo-nos à sua familiarização com equipamentos electrónicos e conhecimentos informáticos, e a sua manifesta abertura a novas experiências estéticas/lúdicas), permite-nos salientar a manutenção de faculdades e interesses, com uma vivacidade e energia assinaláveis, e até mais tarde no ciclo de vida do que seria de supor. Registámos, no entanto, algumas reacções adversas (conservadoras) a abordagens estéticas quer pela temática quer pela sua difícil interpretação.

Interessante (e comum aos dois grupos de *focus groups*), e isso sim é característico da sua situação etária, algumas referências a actividades que visam contrariar o envelhecimento, tais como exercícios físicos diários ou exercícios mentais (paciências, palavras cruzadas), com a função de manter corpo e mente jovens.

³³ Antes de responderem a esta pergunta, deixámos claro que nos referíamos a actividades de não-trabalho, fora da rotina diária, executadas por gosto/prazer.

³⁴ Ainda que dentro dos maiores de 65 anos, sejam os indivíduos que frequentam estas instituições os que vão mais frequentemente a museus, população-alvo do presente estudo.

“Faço exercícios de matemática. É uma espécie de ginástica mental.” (+9º ano, Gaia)

“Palavras cruzadas para treinar ginástica mental.” (+9º ano, Gaia)

“Ginástica ao joelhos e às pernas.” (-9ºano, Faro)

A diferença mais assinalável, entre os dois grupos, refere-se ao facto de termos registado, nos grupos com menor escolaridade, referências a *não fazer nada* ou *dormir* como ‘actividades’ realizadas com satisfação (como uma conquista proporcionada pela idade).

“Em casa tento não fazer nada e não faço!” (-9ºano, Beja)

“É aquele gozo de não estarmos preocupados com horas!” (-9ºano, Porto)

Também, apenas nestes grupos menos escolarizados, foram registadas atitudes de desânimo e desistência.

“Fazia muita coisa, minha senhora, mas agora já não faço nada.” (-9ºano - Faro)

“Nós, na idade em que estamos já pouco fazemos!” (-9ºano - Lisboa)

“Não posso fazer nada. Não sei, nunca me ensinaram. Não vejo.” (+9º ano - Viseu)

Seguimos a dicotomia *indoor/outdoor* (dentro e fora de casa) sugerida por Pedro Moura Ferreira no seu texto *Acima dos 65 anos: Tendências, ocupações e participação*. Como refere este sociólogo, “as actividades realizadas fora de casa implicam normalmente um envolvimento com os outros e uma certa participação social que, em alguns casos, até pode ser bastante intensa”. No presente caso, estas estão sempre presentes (em todos os *focus groups*), posto que estamos a falar de indivíduos que saem de casa para centros de dia ou Universidades Seniores.

Actividades dentro de casa

Não há diferenças significativas entre os dois tipos de *focus groups* quanto a actividades executadas em ambiente doméstico. Quanto às realizadas individualmente, fazem sobretudo referência à leitura de livros e jornais e à escrita (por ex. escrita de cartas).

“Gosto de ler. Gosto de estudar sobre cultura.” (-9ºano, Viseu)

“Só tenho a 2ª classe mas vou lendo.” (-9ºano, Lisboa)

“Vai-se lendo alguma coisita.” (-9ºano, Lisboa)

“Ponho a música baixinho, ponho-me a ler é extraordinário!” (-9ºano, Porto)

“Leio revistas, jornais, a Bíblia.” (-9ºano, Viseu)

Também todos referem a audição de música, visionamento de fotos, bricolage, coleccionismo. Nos grupos com menor escolaridade há, no entanto, mais referências à audição de rádio (“como companhia diária”). Quanto às actividades criativas, também executadas de modo solitário, não identificámos igualmente diferenças relevantes. Destacam-se nos dois grupos bordar, pintar, costurar e croché (sobretudo executadas pelo sexo feminino), também bricolage, restauro (alguns participantes descreveram essas suas realizações com bastante entusiasmo exibindo até fotos).

“Pintura a aguarela é autêntica paixão.” (+9º ano, Gaia)

Ainda dentro de casa, e quanto a actividades que requerem a posse e utilização de equipamentos, referem o consumo de televisão (completamente integrada nas rotinas

diárias³⁵); a televisão também é utilizada para visionamento de vídeos alugados, mas, sobretudo, é recorrente a referência à utilização do computador (pelos dois grupos independentemente da escolaridade) para leitura e consulta da internet e utilização de redes sociais (facebook).

“Perco muito tempo no computador.” (+9º ano, Faro)

“Hoje o computador é essencial quando se tem família no estrangeiro.” (+9º ano, Faro)

“Internet porque não consigo ler nada em papel.” (+9º ano, Gaia)

“Uso o computador para ajudar os trabalhos dos netos.” (+9º ano, Beja)

“Em casa ocupo algum tempo com informação (computador).” (-9º ano, Beja)

“Os meus serões são todos ao computador.” (-9º ano, Beja)

Quanto às actividades realizadas em casa acompanhados, apenas os indivíduos com menos do 9º ano referem o convívio com a família e “conversar”.

Actividades fora de casa

Entre as actividades executadas fora de casa, destacam-se, como já vimos, as actividades formativas que se desenrolam nas próprias Universidades Seniores (independentemente da escolaridade). Os cursos que frequentam variam entre os mais teóricos (história da arte, história das religiões, cultura geral, literatura portuguesa, ciências do ambiente, inglês, etc.); e actividades mais criativas (aulas de pintura) assim como actividades de carácter físico/ lúdico (tai-shi, danças de salão, ginástica, pilates, natação, hidroginástica). Parece, contudo, haver um maior reconhecimento desta oportunidade de aprendizagem por parte dos participantes dos grupos menos escolarizados.

“Havia coisa que não conhecia e agora conheço devido à academia. Temos feitos visitas extraordinárias!” (-9ºano, Porto)

Quanto às saídas de carácter convivial, para fora do ambiente doméstico, destaca-se a ida ao café.

“Saio sempre que posso para ir tomar um cafézinho.” (-9ºano, Beja)

É nos grupos menos escolarizados que há mais referências à solidão e ao isolamento da família.

“Gostava muito de ir sair com a família.” (-9º ano, Lisboa)

Quanto às práticas de saída para consumos culturais, referem as idas ao cinema, teatro e a visita a museus (estas últimas normalmente organizadas pelas próprias Universidades Seniores), assim como a ida a bibliotecas. Há ainda referências a saídas para concertos de música clássica e à frequência de tertúlias em cafés.

Finalmente, fazem, recorrentemente, referência a actividades de carácter físico, ligadas à fruição da natureza: passear, fazer caminhadas (no campo e à beira mar), ir à pesca, canoagem. O maior número de referências ligadas à natureza tem a ver com o tratamento de jardins, de hortas e algumas actividades agrícolas feitas por prazer (cortes de arvoredo, orientação de oliveiras).

³⁵ Esta constatação é interessante porque em muitas situações foi necessário perguntar pelo consumo de televisão que está de tal modo inscrito numa rotina diária que as pessoas se esqueciam de referir.

“Um pouco de agricultura.” (-9º ano, Faro)

“Gosto de ver crescer as plantas.” (-9º ano, Faro)

“Quando estou um bocado com stress o que mais me agrada é cavar, mexer na terra tirar as ervinhas.” (+9º ano, Beja)

Há quem refira gostar de passear em centros comerciais.

“Gosto de ir passear ao centro comercial porque é um local plano onde se pode caminhar.” (+9º ano, Faro)

Quanto à forma como as praticam (sós ou acompanhados), há várias referências a passeios solitários para gozo existencial (sobretudo entre os indivíduos mais escolarizados).

“Há quilómetros que percorro sem avistar ninguém.” (+9º ano, Beja)

“Às vezes tenho necessidade de ir sozinha.” (+9º ano, Gaia)

Ou com uma dimensão de liberdade.

“Eu gosto de ir sozinha porque gosto de ir para onde quero, ir para onde me apetece.” (-9º ano, Porto)

Também fazem caminhadas com o seu cônjuge ou amigo(a). Há ainda quem saia com o seu cão, como companhia.

“Quando é para andar é mais com o meu marido. Os amigos não andam. Estão no café.” (+9º ano, Faro)

Há quem refira que sai sozinho(a) mas que facilmente encontra alguém conhecido (sobretudo os mais escolarizados).

É entre os menos escolarizados que se registam mais referências à preferência de sair em grupo (esta constatação também coincide com os dados para a população em geral). Alguns referem mesmo estar dependentes da camioneta do Centro Paroquial para as suas saídas (-9º ano, Lisboa).

“Normalmente saio acompanhado. Já saí muito sozinho, mas agora normalmente saio acompanhado.” (-9º ano, Porto)

Se pudessem escolher o que fazer no seu tempo livre (i.e. independentemente de qualquer constrangimento, etário, económico etc.), todos (quer os com menos do 9º ano quer os com mais do 9º ano) viajariam. Gostariam de viajar quase sempre para os locais consagrados pelo turismo de massas (Itália - “ver arte e pintura” -, Inglaterra, EUA), ainda que façam também referência a outros destinos, mais invulgares (como Rússia e Sudoeste Asiático). Entre os menos escolarizados há mais referências a viagens no interior de Portugal. O Egipto é recorrentemente referido por todos os grupos. Viajariam sobretudo para conhecer novas culturas (independentemente do nível de escolaridade). Esta apetência pelo conhecimento e novidade é certamente resultado da sua frequência das instituições onde adquirem formação.

“Sou uma pessoa aberta ao mundo.” (+9º ano, Faro)

“Há que conhecer outros povos / outras culturas / outras línguas.” (-9º ano, Beja)

Também viajariam para lugares onde pudessem desfrutar de um contacto mais estreito com a natureza. Para além de viajar, e a confirmar a atitude ‘jovem’ a que aludimos no início, há ainda quem refira que, se pudesse escolher o que fazer no tempo livre, “namoraria”; que teria uma

“vida cultural mais intensa” (sobretudo os mais escolarizados) e até que gostaria de ter mais “oportunidade de dançar”.

“Se eu pudesse fazer agora era pular, dançar, gritar!” (- 9º ano, Faro)

Finalmente, entre os menos escolarizados, há referências, algo nostálgicas, a actividades que praticaram no passado.

“Gostaria de voltar a tratar do quintal. Apanhar a azeitona.” (-9º ano, Viseu)

É também neste grupo que se registam mais expressões de desistência e pessimismo.

“Há 15 anos atrás é que eu podia ter idade de dar asas, agora já não me interessa.” (-9º ano, Faro)

Perante a escolha de alguns termos pré-definidos, na sua ocupação de tempos livres fora de casa, indicaram:

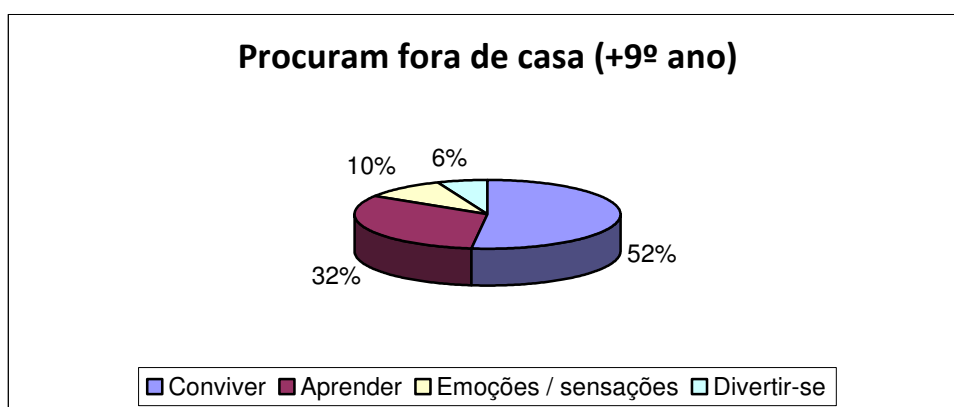


Gráfico 73

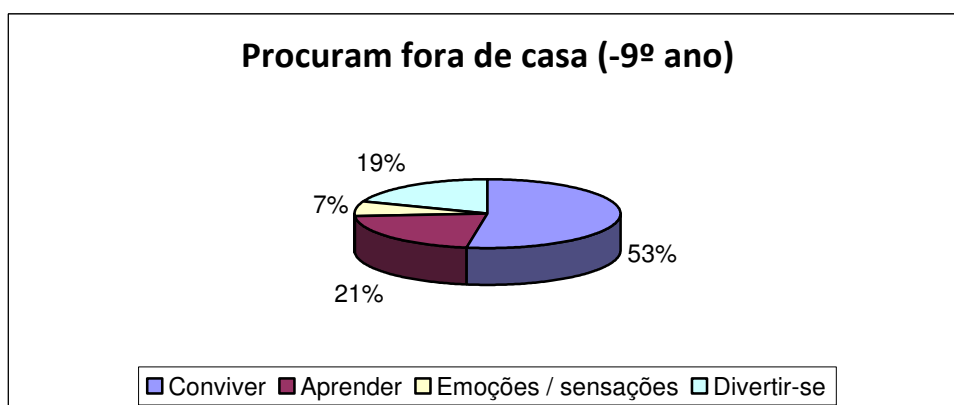


Gráfico 74

Todos os grupos procuram, essencialmente, conviver e, logo, *aprender* (gráficos 73 e 74). A proporção dos que referem *conviver* (por relação com *aprender*) é, contudo, superior no caso dos menos escolarizados, aumentando em cerca de 20% e diminuindo cerca de 50% a escolha *aprender*; dos mais para os menos escolarizados, entre os quais aumenta ligeiramente *divertir-se*, registando praticamente igual número de preferências que *aprender*.

2.2.2 Representação de ‘museu’

Convidados a dar uma definição/representação espontânea e imediata de ‘museu’, identificam-no recorrentemente com três palavras-chave: história, cultura e conhecimento (“ambiente em que se bebe conhecimento”, “aprendizagem de actividades que já não existem”); referem ainda dimensões de tempo (a antiguidade das colecções, a evolução do tempo) assim como o seu sentido pessoal e social (memória, antepassados, recordações). Os mais escolarizados referem mais recorrentemente a passagem de um testemunho de uma para outras gerações e incluem a sua própria responsabilidade nessa passagem de testemunho para as gerações vindouras.

Os menos escolarizados, quando lhes é pedido para dizerem espontaneamente o que é para eles ‘museu’, têm tendência para referir muitas vezes o nome de museus/monumentos específicos (Capela dos Ossos de Évora, Exposição de Arte Sacra de Beja, Museu dos Carros Antigos do Caramulo, Museu do Traje, Convento de Mafra, Mosteiro da Batalha, Aljubarrota). Transmitem, ainda, nas suas representações de ‘museu’ uma ideia de grandiosidade e superação (“imensidão por explicar”). Fazem, igualmente, referência aos objectos ou colecção (arte, arte sacra, arados, carros, peças de artesanato, “coisinhas bonitas”, “coisinhas antigas”) e ao seu valor e significados.

Há, ainda, para quem (sobretudo os mais escolarizados) ‘museu’ sejam sensações vividas pelo próprio: estas dividem-se entre as mais introspectivas (positivas - novidade, curiosidade, reflexão, respeito, calma, pausa, silêncio; e negativas - aborrecimento); e as mais extrovertidas (animação).

“O museu também é espectáculo. Está tudo bem pensado.” (+9º ano, Beja)

“Aprender e divertir ao mesmo tempo.” (+9º ano, Lisboa)

Entre os menos escolarizados, há ainda referências a sentimentos bons e agradáveis [“coisas que a gente gosta de ver” (+9º ano, Beja); “gosto muito de ver” (+9º ano, Viseu)].

Há também (sobretudo entre os mais escolarizados) quem pense em primeiro lugar na qualidade da colecção (diversidade, riqueza); ou na qualidade do ambiente físico/estético (limpeza, beleza, bom gosto).

Os indivíduos menos escolarizados fazem sobretudo alusão ao edifício, ao espaço visitável, como que um invólucro.

“É uma coisa onde nós vimos muitas artes que vale a pena ver e que se gosta.” (-9º ano, Lisboa)

“É uma coisa que a gente vai visitar para ver como é.” (-9º ano, Lisboa)

Finalmente (nos grupos mais escolarizados) há referências às qualidades humanas de quem concebe o museu (empenho, trabalho, organização/metodologia, paciência, dedicação, tenacidade) ou, finalmente, às qualidades da(s) figura(s) em torno da(s) qual(is) versa a colecção exposta (“os museus mostram-nos gente que tem muito génio, que fazem coisas extraordinárias”).

2.2.3 Experiência de ‘museu’ ao longo da vida

Se os grupos escolarizados acima do 9º ano têm um primeiro contacto relativamente precoce com os museus (realizou-se, em muitos casos, entre os 6 e os 14 anos), para os menos escolarizados, este primeiro contacto é um pouco mais tardio (16 a 35 anos). Sobretudo para os menos escolarizados, o primeiro contacto está frequentemente ligado à saída do local de residência (rural ou semi-rural) para a cidade ou outros acontecimentos marcantes como a ida à tropa [“Foi quando saí do campo a primeira vez e fui para a tropa em Lisboa.” (-9º ano, Faro)]; ou casamento [“A partir de que me casei, graças a Deus, comecei a conhecer mais coisas.” (-9º ano, Porto)]; “Já tinha casado e já tinha a minha filha.” (-9º ano, Lisboa)].

“Era novita. Tinha uns 18 ou 20 anos. Fui numa excursão a Lisboa de 3 dias. Fomos à praia, fomos à Nazaré, fomos a Lisboa, vimos a Terreiro do Paço. Depois passei do Terreiro do Paço no mar para Cacilhas, tive medo do barco. Já não me lembro mas acho que o dos Coches foi nessa altura que vi. Gostei muito de ver aquilo. Era muito bonito, mas foi há muito anos.” (-9º ano, Viseu)

“Fui também a esse Museu de Arte Antiga, tinha uns 17 anos. Fui com uns amigos. Gostei muito. Impressionou-me. Ficou realmente na memória.” (-9º ano, Faro)

“Já fui há muitos anos ao museu onde está o D. Afonso ...e li todas as palavras que lá estavam. Li tudo mas já me esqueceu. Tinha os meus 40 anos.” (-9º ano, Faro)

“Tinha 11 anos, fui fazer o exame de admissão.” (+9º ano, Faro)

Nos grupos mais escolarizados, só em casos muito esporádicos houve referência a terem ido, pela primeira vez, a um museu em idades mais tardias (45-50 anos). A primeira visita, na maioria dos casos foi integrada numa saída escolar, ou acompanhada por familiares; têm memórias fortes de idas ao museu pela primeira vez com um padrinho, um tio, um avô. Estes relatos familiares não aparecem nos *focus groups* dos menos escolarizados.

É interessante como a recordação da relação com o adulto, com quem foram na infância, parece sobrepor-se à recordação do próprio museu visitado.

“Lembro-me de ir com o meu avô aos Museu dos Coches. Tinha uns 10 anos. O meu maior prazer era ir com o meu avô. Era mais pela relação com ele.” (+9º ano, Lisboa)

“Fui com o meu padrinho. À segunda feira ia passear com ele e com o cão. Era nos anos 40.” (+9º ano, Lisboa)

“Quando morreu a minha avó um padrinho meu pegou em mim, para me retirar daquele ambiente triste, e fomos ao Jardim Zoológico e ao Museu Columbano Bordalo Pinheiro.” (+9º ano, Lisboa)

Alguns reconhecem terem sido os adultos a escolher que museu ou exposição visitar.

“Devo ter começado pela arte sacra. O meu pai era vidrado nesse tipo de coisas.” (+9º ano, Lisboa)

Os primeiros museus visitados foram em regra museus portugueses e do concelho, ou região, de residência (Museu Etnográfico de Faro; Museu de Beja e Castelo de Beja; Aquário Vasco da Gama, Museu dos Coches e Museu Nacional de Arte Antiga em Lisboa; Museu Etnográfico do Porto, Museu Soares dos Reis e Museu Grão Vasco e Museu do Caramulo - Viseu). Há, contudo, quem se tenha estreado no estrangeiro (Rijksmuseum – Amsterdão e Museu de História Natural – Londres) aos 46 anos. Mas em quase todos os grupos/ cidades houve referência ao Museu dos Coches e ao Museu Nacional de Arte Antiga de Lisboa. Mais de um grupo/ cidade referiu o Museu da Ciência da Universidade de Coimbra.

Dos museus propriamente ditos muitos têm memórias sensoriais. Sendo o Museu de Arte Antiga um museu muito emblemático (sobretudo para os que têm mais do 9º ano), várias destas recordações se lhe referem.

“Fui ao MNAA que achei muito escuro, mas lembro-me das caixinhas pintadas que me encantaram.” (+9º ano, Lisboa)

“Do Museu de Arte Antiga recordo opressão. Escuro, pesado.” (+9º ano, Lisboa)

“Eu do MNAA recordo falta de ar.” (+9º ano, Lisboa)

Há quem recorde cheiros.

“Recordo-me do cheiro. Do cheiro a cera.” (+9º ano, Lisboa)

“Tinham um cheiro especial.” (+9º ano, Lisboa)

Nos grupos com menor escolarização há, como vimos, vários participantes que visitaram pela primeira vez museus já na idade adulta.

“A primeira vez fui à Gulbenkian. Com o INATEL tinha aí os meus 70 anos.” (-9º ano, Faro)

“Há coisa de 15 anos visitei o Museu de Arte Moderna em Sintra.” (-9º ano, Porto)

“Quando fiz 80 anos fui a Espanha.” (-9º ano, Viseu)

Há ainda quem diga que nunca entrou num museu (grupo -9º ano, Viseu). Este *focus group* foi realizado no Centro Paroquial de Canas de Senhorim com mulheres muito idosas e com muito baixa escolaridade.

Para os grupos menos escolarizados, os ‘museus’ visitados na infância são frequentemente confundidos com igrejas, referindo a Capela dos Ossos em Évora, a Igreja dos Capuchos, a Igreja dos Prazeres.

Quanto a sensações físicas, os menos escolarizados utilizam recorrentemente a sensação física de “arrepio”.

“Há lá salas em que sentíamos assim um arrepição pelas costas a baixo.” (-9º ano, Lisboa)

“Gosto e arrepio-me. Porque a gente vê lá coisas que a gente não pensava que existia.” (-9º ano, Lisboa)

Estes grupos menos escolarizados referem preferências temáticas.

“Como sou muito católica, gosto de ver os santinhos.” (-9º ano, Lisboa)

“Quando era rapaz gostava de ir ver os cemitérios.” (-9º ano, Lisboa)

E sentimentos de “indignação” perante exposições de arte contemporânea que não entendem.

“Havia ali um quadro com uma tela toda preta e a gente pensa aquele gajo está a gozar connosco! Onde está arte aqui?” (-9º ano, Porto)

“Fui a um museu em Santa Maria da Feira e fez-me muita confusão! Quando lá entrei quis fugir cá para fora! Não gostei daquelas imagens que lá haviam. Meteu-me impressão. E houve uma senhora que fugiu às sete partidas, não quis entrar! Se tivesse uma pessoa a explicar talvez não tivesse fugido!” (-9º ano, Viseu)

Dessas primeiras experiências de visita, os objectos de que se recordam têm o seu quê de fantástico ou assustador (para ambos os grupos mais ou menos escolarizados) e/ou estão

ligados à ideia de morte: “ossos na capela dos ossos”, “múmias”, “fetos em frascos”, o “túmulo de Inês de Castro”, “túmulo de Tutankamon”, “múmia num pântano”.

“Lembro-me de ir ao Museu da Ciência da Universidade de Coimbra onde vi frascos com fetos e coisas incríveis. Tinha seis anos. Foi em 1952.” (+9º ano, Lisboa)

“O Museu da Tortura na Alemanha. Punham as mulheres que discutiam presas pelas mãos e diziam ‘agora discutam!’” (+9º ano, Lisboa)

“Na Capela dos Ossos havia um menino pendurado. A minha mãe disse ‘Olha, sabes que aquele menino levantou a mão para a mãe ou para o pai e caiu-lhe a mão’.” (-9º ano, Faro)

“Eu também vi isso (fetos em frascos), mas não me lembro onde foi. Lembro-me que me impressionou muito.” (-9º ano, Faro).

“Quando fui a 1ª vez a Coimbra ver o jardim onde foi a morte de Inês de Castro. Não conhecia e eles pintam aquilo na água... Quinta das Lágrimas... eu fiquei assim o sangue ainda está aqui? E não sei quê e aquilo impressionou-me um bocadinho!” (-9º ano, Faro)

“Cabeça de pregos na Igreja dos Capuchos.” (-9º ano, Faro)

Mas também recordam situações idílicas, alimentadas por um imaginário infantil.

“Recordo-me dos coches e de imaginar as princesas e príncipes dos contos infantis.” (+9º ano, Beja)

“Lembro-me da cama do rei. Lembro-me do chão marcado porque havia um rei que andava de um lado para o outro.” (-9º ano, Lisboa)

Entre os menos escolarizados, houve objectos que os marcaram pelo seu valor material.

“Marcou-me ver os andores em prata. Cravejados de pedras.” (-9º ano, Beja)

Impressionou-os também reconhecer um objecto que, de algum modo, consideraram que “lhes pertence”.

“Fomos ao Pavilhão da Expo’98 onde estava o nosso andor. Havia uma senhora lá que disse que era da terra dela e eu disse não este é da nossa Nossa Senhora da Conceição.” (-9º ano, Beja)

Quanto à experiência mais marcante de museu, há quem recorde a familiaridade com a colecção visitada como tendo sido uma experiência marcante.

“Fui visitar o museu e conhecia todas as peças que lá estavam. (...) Nunca mais me esqueci dessa sensação.” (+9º ano, Faro)

Ou uma sensação estética, e simultaneamente espiritual, experienciada perante obras de arte ou em ambientes religiosos.

“Eu tenho uma sensação muito especial do quadro de S. Jerónimo de Dürer. Tem uma luminosidade na pele, no traço que é uma coisa espectacular! O misticismo do santo está ali representado!” (+9º ano, Faro)

“Estive no Museu d’Orsay e adorei as pinturas de Monet! As esculturas de Rodin! Estive lá sentada! Sente-se uma emoção enorme!” (+9º ano, Porto)

“Uma capela. Entra-se ali e parece que se está no paraíso!” (+9º ano, Faro)

“Foi a Capela Sistina em Roma. Fiquei maravilhada!” (+9º ano, Porto)

“Para quem pode andar e caminhar bem aquilo é lindo de se ver! (o Egipto).” (+9º ano, Viseu)

Para uns (mais escolarizados) foi a antiguidade dos objectos expostos que lhes causou as sensações mais marcantes.

“Para mim o que me marca são os fósseis!” (+9º ano, Porto)

“Fomos visitar uma aldeia castreja e eu vi lá uma coisa que me arrepiou: dentro da mesma habitação a Idade do Cobre e a Idade do Bronze!” (+9º ano, Porto)

“Gostei das pirâmides no Cairo. Cheira a tempo que é uma coisa fantástica!” (+9º ano, Viseu)

Entre os menos escolarizados as referências são sobretudo nacionais. Recordam-se recorrentemente do “soldado desconhecido” no Museu da Batalha.

“Tinha mesmo um soldado a fazer a ronda.” (-9º ano, Lisboa)

Entre as experiências que mais marcaram os indivíduos deste grupo, referem a Expo'98.

“Está lá um aquário que é uma coisa importante!” (-9º ano, Viseu)

Há também referências a experiências marcantes por serem desagradáveis, relacionadas com as temáticas expostas ou a dificuldade em entender certas exposições de arte (comum a ambos os grupos).

“Fui ao Louvre, mas foi uma desilusão tremenda! Imaginava uma outra coisa...” (-9º ano, Porto)

“Fui a Serralves, mas não percebi muito bem...” (-9º ano, Porto)

“Nunca mais vou ao Museu da Paula Rego! Fiquei chocada! É assustador! Nunca mais vou lá nem para tomar um café!” (+9º ano, Lisboa)

“No Museu Dali não gostei da colecção surrealista!” (+9º ano, Lisboa)

“Uma vez em Espanha vi uns quadros antigos e o meu marido gostava dos quadros modernos. Vi o meu marido a olhar para um quadro todo preto com um olho num canto. Eu disse: ‘Estás aí a olhar para aquele olho porquê?’. Já tinha aí os meus 40 e tais!” (-9º ano, Porto)

Mas há quem valorize estas formas mais vanguardistas, como, por exemplo, o realismo (incluindo entre os menos escolarizados).

“Na Casa de Serralves havia uma exposição em que o artista pintou um torrão de terra seca. Com aqueles buracos e tudo. Foi extraordinário!” (-9º ano, Porto)

Entre os menos escolarizados, há quem recorde não apenas um, mas uma série de objectos, como se fosse o conjunto que construísse o seu “museu imaginário”.

“Há soldados, há padres, há santas, há escrituras, há estátuas. Umas não têm cabeça, outras não têm um braço, há estátuas que estão cegas. Há ossos nas vitrinas. Isso já não pertencia à História, não é? Isso pertencia mais à Ciência. Que eu não tenho estudos, mas tenho dois filhos formados.” (-9º ano, Lisboa)

Estes frequentadores de Universidades Seniores são, em geral, visitantes regulares de museus (o que confirma a ideia de este ser um sector da população de que os museus poderiam tirar maior partido), tendo as universidades e centros de dia um papel importante. Entre os mais escolarizados, há várias referências a visitas a museus estrangeiros, nos últimos 12 meses. Esta constatação contrasta com os menos escolarizados, para quem as visitas a museus nos últimos 12 meses ocorreram sobretudo em território nacional, e em menor número.

Os grupos mais escolarizados que realizaram visitas organizadas ao estrangeiro pela própria universidade sénior foram a Amsterdão (Faro) e à Bélgica, Alemanha e França - para conhecerem os lugares do Conselho da Europa -, assim como a Madrid (Porto). Em todos os grupos houve saídas para fora do concelho (Beja visitou o Museu de Faro; Porto, o Museu de Lamego). Nos últimos 12 meses, visitaram espaços museológicos relativamente recentes (Casa das Histórias – Museu Paula Rego foi visitada por grupos de Beja, Lisboa e Viseu; e o Museu do Oriente por grupos de Lisboa e Viseu), foram ver uma exposição específica (exposição de fotografia sobre Frida Kahlo no Museu da Cidade de Lisboa - grupo do Porto). O Museu de Arte Antiga continua, como no passado, a ser um museu muito visitado. Referem também em Lisboa o Museu da Água e a Fundação Gulbenkian, o CCB (Colecção Berardo) o circuito de Sintra (Quinta da Regaleira, Monserrate), assim como o dos palácios e conventos (Vila Viçosa, Mafra). Para os menos escolarizados, As visitas foram em geral a museus próximos (S. Brás de Alportel, Minas de Aljustel – Faro; Museu do Douro; Casa Museu Teixeira Lopes; Museu de Alberto Sampaio – Porto). Fora da localidade, houve visitas a Sintra (Faro), a Fátima (Beja, Viseu), a Lisboa ao Museu do Oriente, Museu da Água, MNAA, (Porto). A maioria destas visitas foram organizadas pelas universidades seniores e centros de dia, embora nem todas estas instituições organizem visitas.

O que motiva os participantes mais escolarizados a ir a museus é sobretudo a aprendizagem. Fazem-na contudo depender da existência de bons guias.

“Prefiro um guia a um audiovisual. Sem dúvida!” (+9º ano, Porto)

“Gosto muito de ouvir a voz! Sobretudo de alguém que se entusiasme!” (+9º ano, Porto)

Também gostam de ir a museus para mais tarde transmitir aos outros o que aprenderam. Valorizam também bastante o convívio e a possibilidade de terem novas experiências, recordarem a história, ver arte. “Sentir emoções estéticas” está também entre os motivos da visita. Falam mesmo em ganhar inspiração para as suas próprias criações estéticas. Há ainda referências a ter prazer no exercício de imaginação, quando confrontados com outras formas de vida.

Quanto aos menos escolarizados, o que os motiva a ir a museus é também sobretudo a aquisição de conhecimento (de “cultura geral”) e logo a curiosidade, o ver algo diferente, inédito; também o valor dos objectos; a especificidade da colecção; a especificidade de uma cultura. Motiva-os igualmente o facto de terem a possibilidade de uma visita guiada e o convívio (terem a possibilidade de sair, de se distrair).

“Dar-nos um pouco mais de alegria.” (-9º ano, Viseu)

“Nós já somos velhotes mas gostamos de ver e conhecer as artes antigas.” (-9º ano, Lisboa)

Quanto ao que condiciona todos os grupos (independentemente da escolaridade), sobretudo é o preço (“encarece porque ao preço da entrada tem de se juntar o da deslocação”) e os

horários (“às vezes estão fechados”), mas também a localização (distância). Não vão mais por falta de tempo, fadiga mental, fadiga física, ocupações familiares ou falta de companhia. Também dizem não ter, por vezes, acesso à informação sobre a existência do museu. São críticos em relação ao cansaço das excursões e sobretudo ao incómodo provocado por outros participantes que não deixam ouvir os guias, assim como ao excessivo tamanho dos grupos (“muita dispersão”). Quanto à experiência de visita, criticam as situações em que há mau atendimento (falta de esclarecimento e desinformação) e guias mal formados, “papagueantes”, ou pouco cuidadosos no trato.

Os menos escolarizados (e coincidente com a atitude negativa e resignada já identificada) dizem não ir mais a museus “por não ter quem os leve” (“agora já ninguém nos leva daqui”). Também há (entre os menos escolarizados) quem assinale a “falta de conhecimento”. São também apontadas dificuldades físicas (“dificuldade de andar”) e problemas de concentração na visita quando os grupos são demasiado grandes.

Fazem, igualmente, referência à falta de boas acessibilidades.

“As acessibilidades à vezes também são condicionantes. Vejo a minha mãe que quer andar sempre comigo mas às vezes não consegue. Ou porque é um núcleo museológico alto ou porque o transporte fica longe da porta.” (+9º ano, Faro)

“A própria Gulbenkian tem condicionantes para as pessoas com fraca mobilidade.” (+9ºano, Porto)

Todos os grupos referem-se à inexistência de zonas de descanso.

“A gente quer sentar-se em frente a um quadro e não há um banco!” (+9º ano, Lisboa)

“Zonas de descanso... isso é muito importante! Mas às vezes não nos deixam descansar!” (-9º ano, Beja)

Ainda quanto ao conforto físico, referem a falta de bicas de água, a distância a que estão normalmente as casas de banho e ao facto destas últimas serem pouco espaçosas.

Fazem, finalmente, várias referências às legendas que consideram demasiado pequenas e colocadas muito atrás ou muito alto.

“Qualquer dia andamos de lupa para ler o que lá está.” (+9º ano, Viseu)

Se nas actividades de lazer ambos os grupos (mais ou menos escolarizados) procuravam, como vimos, sobretudo conviver, já nas visitas a museus privilegiam largamente mais a aprendizagem e só depois o convívio, tendo-se assim invertido os dois termos. Seguem-se *novas emoções e sensações* e, por fim, o divertimento (gráficos 75 e 76).

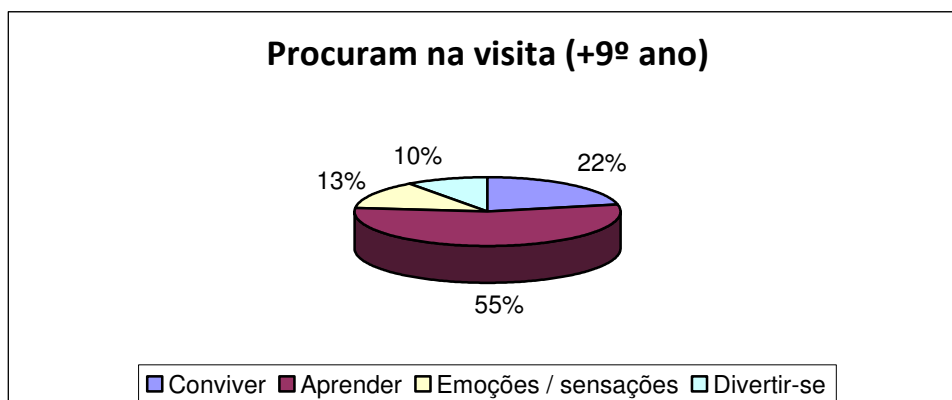
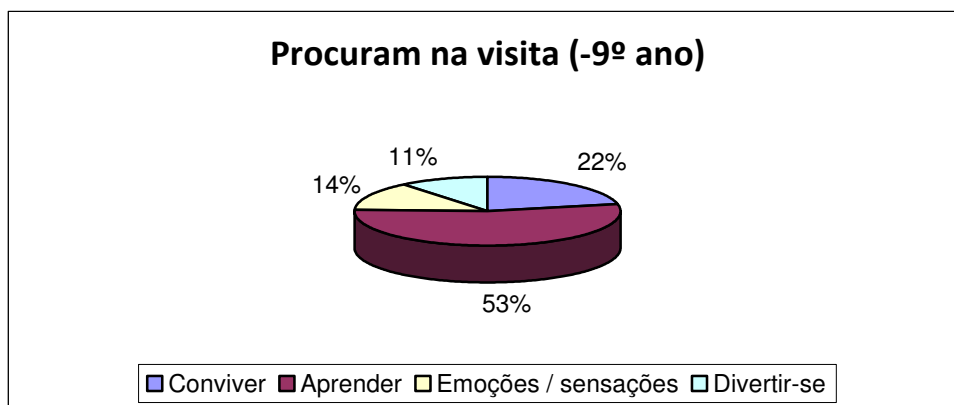


Gráfico 75



A maior diferença entre grupos mais ou menos escolarizados refere-se ao que procuram nas actividades de lazer em geral. Nos gráficos acima a proporção de experiências que procuram nos museus é muito idêntica no dois casos, sendo ligeiramente superior a valorização da aprendizagem no caso dos mais escolarizados. A visita a museus parece ter, por isso, uma lógica autónoma intrinsecamente conotada com aprendizagem.

2.2.4 Representação de ‘museu’ no passado e no presente

Ambos os grupos³⁶ têm uma visão muito clara e informada dos museus do passado e de como diferem dos museus do presente. Definem os museus no passado sobretudo através de aspectos físicos, sensações e estados de espírito (que neles ainda evocam). Entre os que os atributos físicos destacam-se: a proliferação de objectos (paredes cheias de quadros, objectos sem organização dispostos de forma amontoada como num armazém, peças mal expostas, mal identificadas, mal iluminadas); quanto a sensações há recorrentes referências a cheiros (cheiro especial, cheiro a mofo), à falta de luz (escuridão) e a ruídos (soalhos a ranger); finalmente, no que se refere a estados de espírito, referem-se à sensação de aborrecimento (chatos, chatice, maçudos). Os mais escolarizados comentam mais a inexistência de programas educativos (“não havia o hábito de levar as escolas”, “na minha juventude não se ia a museus”) e a fraca capacidade de comunicação (“não despertavam grande interesse”, “eram pouco divulgados”). Fazem igualmente mais referência à falta de guias (“capazes de dinamizar os museus”), tendo apenas “guardas”. Os grupos menos escolarizados fazem mais referência a sensações físicas (espaços escuros, espaços frios) e psicológicas (monotonia, “eram tristes”). Alguns destes participantes conotam o ambiente rígido dos museus com o regime da altura.

“Tinha a ver com o regime daquela altura. Íamos todas de batinha.” (-9º ano, Porto)

Quanto à comunicação, a ausência de guias, a ausência de informação em cada peça e pouca interpretação são referências comuns aos dois tipos de *focus groups* (“Guias monocórdicos”). Para os menos escolarizados, o público-alvo dos museus do passado eram os intelectuais, “não se abriam à população”.

“Não tinham guias. Abriam uma porta e via-se.” (+9º ano, Lisboa)

“Eram museus em que se falava baixo. Não se podia falar à vontade.” (-9º ano, Porto)

“Agora toda a gente fala. Toda a gente houve. Há ali uma abertura que não havia no passado. Antigamente era para as pessoas intelectuais.” (-9º ano, Porto)

Quanto aos museus do presente, também utilizam referências físicas para os descrever: são espaçosos, bem apresentados, cuidados e limpos; bem iluminados, bem organizados. Valorizam uma programação criativa, com exposições temporárias e polivalência na utilização

³⁶ À excepção do grupo com menos do 9º ano de escolaridade de Canas de Senhorim, Viseu, cujos participantes que não têm, nem nunca tiveram, praticamente contacto com museus.

dos espaço. Referem-se às boas instalações com bares, onde é possível tomar um café, assim como às boas instalações sanitárias. Dizem ter uma maior preocupação com os visitantes, maior partilha do conhecimento o que os torna mais imaginativos, elaborados, atraentes, agradáveis. Possuem melhores meios de comunicação (audiovisuais, novas tecnologias da informação). Os visitantes são melhor orientados por guias. Os funcionários são mais jovens e mais bem preparados. São melhores locais de aprendizagem.

“Agora já pensam no visitante.” (+9º ano, Lisboa)

Contudo, como já referimos, fomos encontrar no Centro Paroquial de Canas de Senhorim (Viseu) pessoas oriundas do meio rural, sem escolaridade primária e sem qualquer relação com museus.

“Agora já não fazem museus! Ah fazem?” (-9º ano, Viseu)

“Nunca vimos agora nenhum!” (-9º ano, Viseu)

Também em Lisboa encontrámos em centros de dia (Centro Paroquial da Parede) pessoas que não se deslocam habitualmente aos museus.

“Não conheço os museus de agora. O que vejo agora é da televisão.” (-9º ano, Lisboa)

“Não estou habituada a ir a museus, não posso responder.” (-9º ano, Lisboa)

Para a maioria dos participantes nestes grupos menos escolarizados, os museus melhoraram sobretudo na interpretação das peças expostas (ainda que reconheçam que “a informação ainda é difícil”) e graças ao recurso às novas tecnologias [“Têm vídeos e essas coisas.” (Faro)]; referem-se ainda à apresentação (as colecções expostas são mais “apetecíveis”), à maior preparação dos profissionais dos museus [“Hoje as pessoas são mais cultas” (-9º ano, Faro)], à maior organização (espaços mais iluminados) e maior conforto. Encontram, no entanto, aspectos negativos nos museus do presente, sobretudo por haver demasiados visitantes, perdendo-se a qualidade da informação.

Todos os grupos (mais ou menos escolarizados) são unânimes na valorização de guias. Gostariam que os museus fossem “mais alegres” e que tivessem mais guias, de modo a se ocuparem de grupos mais pequenos.

“Por vezes o guia tem que gerir o tempo de acordo com as suas actividades e há grupos em que não dá para fazer perguntas.” (-9º ano, Beja)

“Os guias são imprescindíveis. Para mim são!” (+ 9º ano, Porto)

Os participantes nos *focus groups* foram postos perante uma série de palavras-chave sobre as suas representações de museu (no passado e presente). Estas palavras-chave foram inspiradas no trabalho de Marilyn Hood³⁷ e correspondem às seguintes associações de significado: *escola* (espaço de aprendizagem); *centro comunitário* (espaço de convívio); *templo* (espaço solene e ritual); *centro cultural* (espaço moderno, polivalente); *biblioteca* (espaço de arquivo/ acervo); *centro recreativo* (espaço de diversão).

Os grupos mais escolarizados relacionam os museus no passado sobretudo com a ideia de *templo*, seguindo-se, a alguma distância, a de *centro cultural* (gráfico 77). Considerando que a designação *templo* remete para imobilismo e distanciação em relação aos públicos, é muito relevante, no que diz respeito à representação, que os participantes menos escolarizados, para além de *templo*, referem-se aos museus no passado também enquanto *centros comunitários* e *escolas* (gráfico 78).

³⁷ Hood (1983).

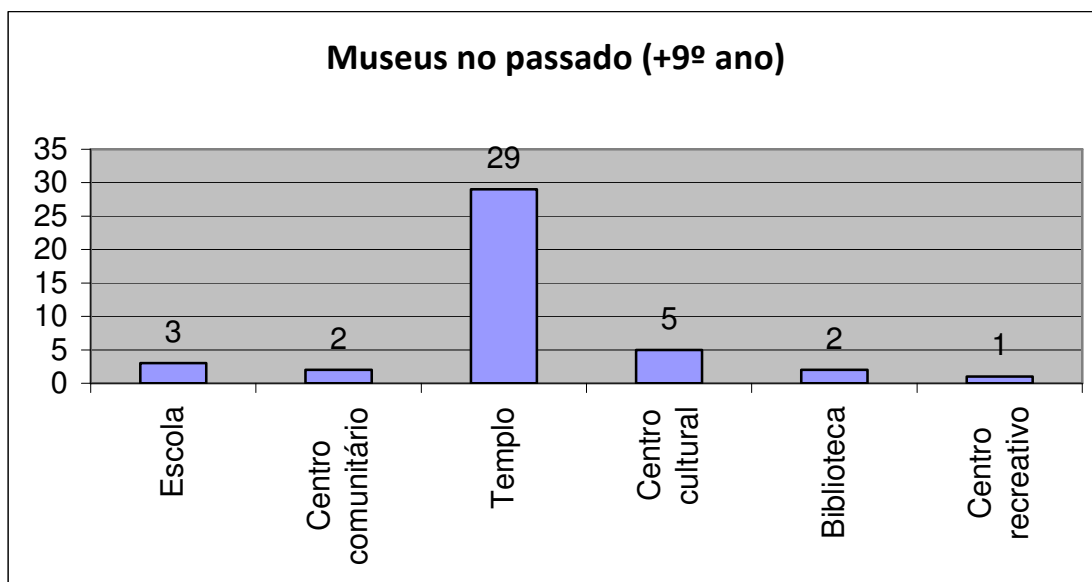


Gráfico 77

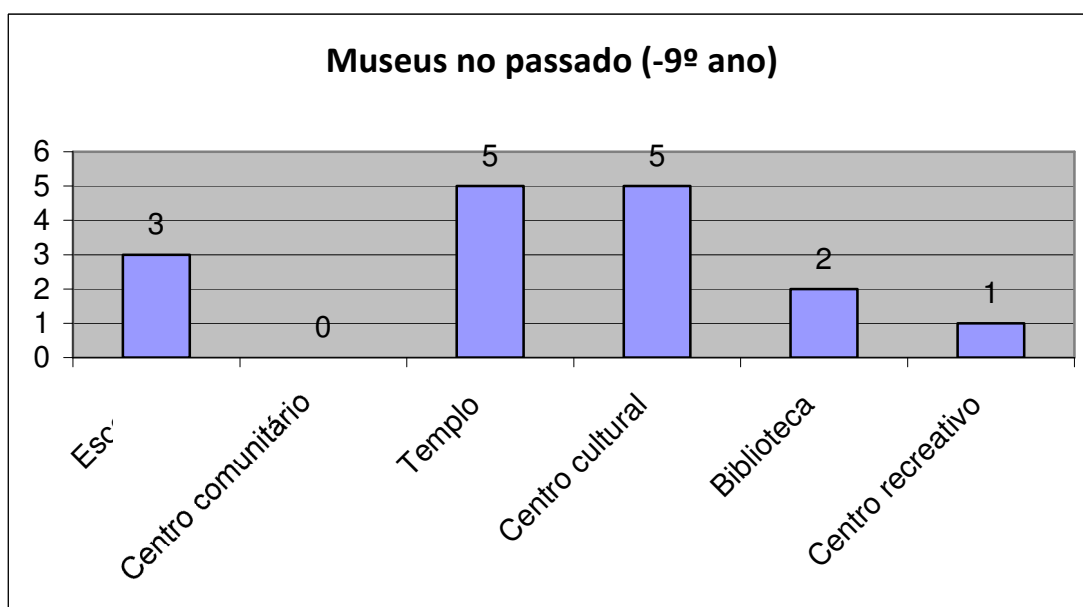


Gráfico 78

Quanto aos museus no presente, os grupos mais escolarizados associam-nos sobretudo a *centros culturais* e seguidamente à *escola* (gráfico 79). Os grupos menos escolarizados (gráfico 80) também os definem maioritariamente como *centros culturais*, mas logo representam-nos como *centros recreativos* e, finalmente, como *escolas* (as designações *templo* e *centro comunitário* não são escolhidas por estes grupos para designar os museus no presente).

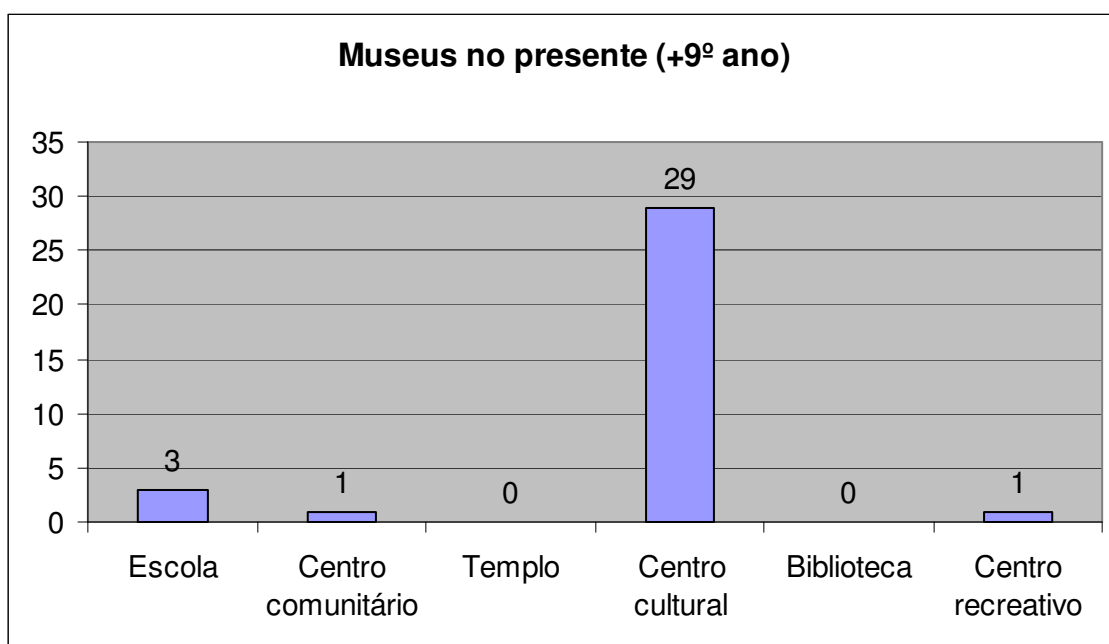


Gráfico 79

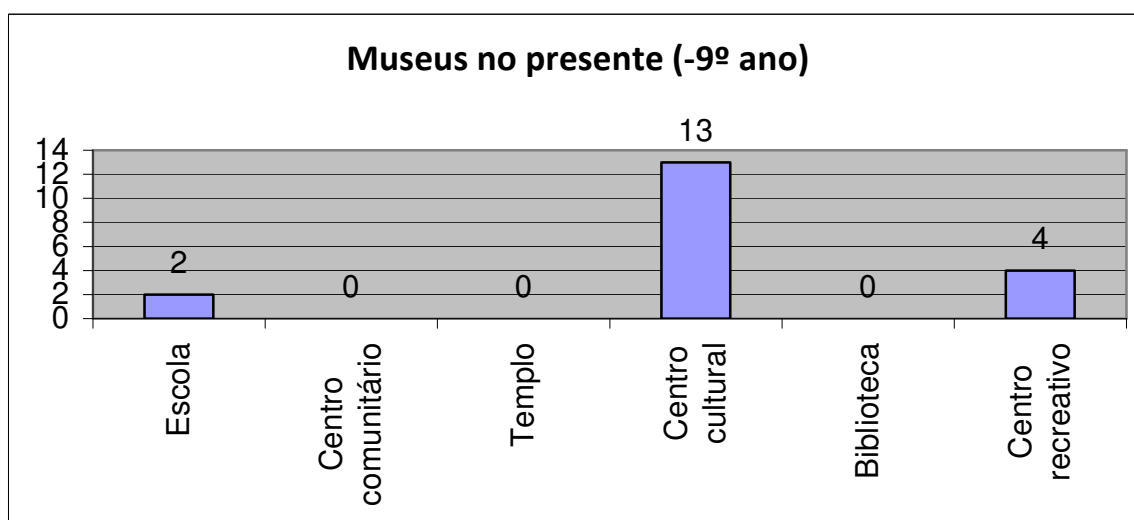


Gráfico 80

Quando questionados sobre como acham que os museus poderiam ser melhorados em geral, todos os grupos referem o aspecto financeiro, sublinhando que estes deveriam receber maior apoio do Estado. Os mais escolarizados referem-se igualmente à necessidade de melhorar o atendimento (acentuando a necessidade de haver visitas guiadas e formação dos guias).

“Ter uma visita guiada não tem nada a ver, é outro mundo.” (+9º ano, Viseu)
“Eu acho que deveria haver pessoas para fazer visitas guiadas de hora a hora.” (+9º ano, Lisboa)
“Melhores guias (de acordo com a idade do grupo).” (+9º ano, Beja)

Todos os grupos, independentemente da escolaridade, mostraram a necessidade de uma maior acessibilidade social.

“Acho que deveriam ser gratuitos para que toda a gente tenha acesso.” (+9º ano, Porto)
“Nem toda a gente pode.” (+9º ano, Faro)
“Entrada livre e pessoas a explicar.” (-9º ano, Faro)

Também gostariam que melhorasse o acesso ao conhecimento e a forma como este é transmitido.

“Mais conhecimento. Textos mais acessíveis. Mais directos.” (+9º ano, Lisboa)
“Dizem que tem muitos anos, mas a mim interessa-me saber para que servia. Por exemplo, em vez de dizerem que vem da Idade do Bronze (ou o que seja) ou do paleolítico, é mais interessante saber que era uma agulha para cozer peles.” (+9º ano, Faro)

Para além dos conteúdos, sobretudo os participantes mais escolarizados, gostariam também que melhorasse a formação e a forma de comunicação dos guias.

“Haveria de haver uma dinâmica ... vinda de alguém, alguém que não papagueie. A informação é de tal maneira em catadupa que as pessoas não retêm. Muitas vezes não interessa.” (+ 9º ano - Faro)
“Mais e melhor formação dos profissionais dos museus.” (+9º ano, Viseu)

Também todos referem a necessidade de alargamento dos horários (não estarem fechados aos domingos e feriados).

“Estarem abertos até à meia-noite. As pessoas, em vez de irem a centros comerciais, iam a museus.” (+9º ano, Lisboa)
“Substituição dinâmica das exposições Temos sempre interesse em ver coisas diferentes!” (-9º ano, Beja).

Sentem, igualmente, falta de lojas onde possam “comprar coisas para levar para casa” (-9º ano, Beja).

Ainda quanto às acessibilidades, referem melhores meios de transporte e facilidade de estacionamento.

“Uma pessoa vai ao MNAA e não tem estacionamento. A própria Fundação Gulbenkian tem um estacionamento condicionadíssimo! De vez em quando tive de desistir. Deixei de lá ir.” (+9º ano, Lisboa)
“Quando fomos ao Museu da Presidência, ficámos do outro lado da rua, e foi complicado atravessar.” (-9º ano, Beja)

Há também quem refira a necessidade de serem melhoradas as acessibilidades físicas dentro do museu.

“Poucos museus têm elevadores, há escadinhas estreitas e muitas vezes sem corrimão.” (-9º ano, Faro)

Também sentem necessidade de mais conforto (mais zonas de descanso, bengaleiros, cacifos). Quanto à legibilidade de textos e legendas, referem sobretudo a necessidade de se aumentar o tamanho da letra.

“As letras às vezes são pequeninas. Às vezes é um texto tão grande que não conseguimos ver.” (-9º ano, Beja)

Propõem, igualmente, que os museus sejam mais divulgados sobretudo pelos meios de comunicação. Também referem a importância do intercâmbio entre museus, para que as colecções circulem.

Quando questionados sobre melhoramentos especialmente direccionados para a população sénior, todos os grupos, independentemente da escolaridade, referem novamente a importância de visitas guiadas adaptadas a esta população específica, a grupos pequenos, sendo novamente críticos quanto à forma “monótona” de comunicar de alguns guias e à discriminação no trato de que sentem ser alvo.

“Os guias são por vezes monótonos, memorizam o discurso e debitam-no sem convicção e interesse.” (+9º ano, Beja)

“Menos ‘infantilização’ da população sénior - tipo ‘o velhinho coitadinho’.” (+9º ano, Viseu)

De acordo com a sua percepção, os conhecimentos devem ser transmitidos de forma mais acessível quando dirigidos a este nível etário. Há ainda quem aponte a diversidade de situações sociais e escolares que define a constituição dos grupos seniores que frequentam os museus.

“Quando a linguagem é muito técnica, perde-se a comunicação.” (+9º ano, Porto)

“Há muita gente que sabe muito pouco. Somos todos da mesma idade mas não estamos todos no mesmo nível.” (+9º ano, Lisboa)

Também, referindo-se em particular aos visitantes sénior, chamam a atenção para a necessidade de haver mais zonas de conforto. Novamente, em resposta a esta pergunta, propõem que haja zonas de restauração.

“Estou a lembrar-me do Museu de Serralves que tem um restaurante... já lá passei um dia foi muito agradável. É isso. É essas condições que nós precisamos!” (-9º ano, Porto)

Também pensando na população sénior, referem expressamente o preço, como algo que tem de ser melhorado.

Os mais escolarizados referem-se à necessidade para uma melhor colaboração entre museus e universidades seniores. Dão como sugestão a existência de disciplinas de museologia, dirigidas a seniores (nessas universidades), e, nos museus, actividades especialmente direccionadas para visitantes da sua idade. Na mesma linha, os menos escolarizados propõem que haja uma melhor colaboração entre os centros de dia e os museus, para que mais idosos possam ir aos museus. Também sugerem que os museus vão ao encontro dos idosos nos próprios Centros de Dia.

Quanto aos museus/exposições que gostariam de visitar ou exposições que gostariam que fossem programadas (esta pergunta, extra-guião, foi feita sobretudo aos grupos menos escolarizados que revelaram ter menos experiência de visita a museus), fazem algumas sugestões:

“Gostava de um museu que nos mostrasse detalhadamente como trabalha a televisão, os telemóveis...”

“Como é que numa caixinha [computador] temos essas coisas todas!”

“Como é que chego ao pé da minha filha em Inglaterra através do computador.”

“Como funciona a astronomia, as galáxia, o universo, a força do sol.”

“Mais museus rurais / etnográficos.”

“Uma exposição que ensinasse os jovens a poupar.”

Após estas perguntas abertas, foram novamente convidados a escolher entre itens pré-definidos referentes a aspectos que gostariam de ver melhorados nos museus, primeiro para a população visitante em geral e logo para a população visitante sénior.

Para os indivíduos mais escolarizados (gráfico 81), o atendimento, a divulgação, o conforto e o acesso estão entre os itens mais assinalados (quer para a população em geral quer para a população sénior). O preço e a divulgação são mais assinalados para a população em geral, ainda que o sejam também quando se referem aos visitantes seniores. Os itens mais assinalados, quando questionados especificamente sobre a população sénior são o acesso, o atendimento e o conforto; segue-se a mobilidade e a facilidade de leitura (com uma desproporção que beneficia a população sénior em detrimento da população em geral).

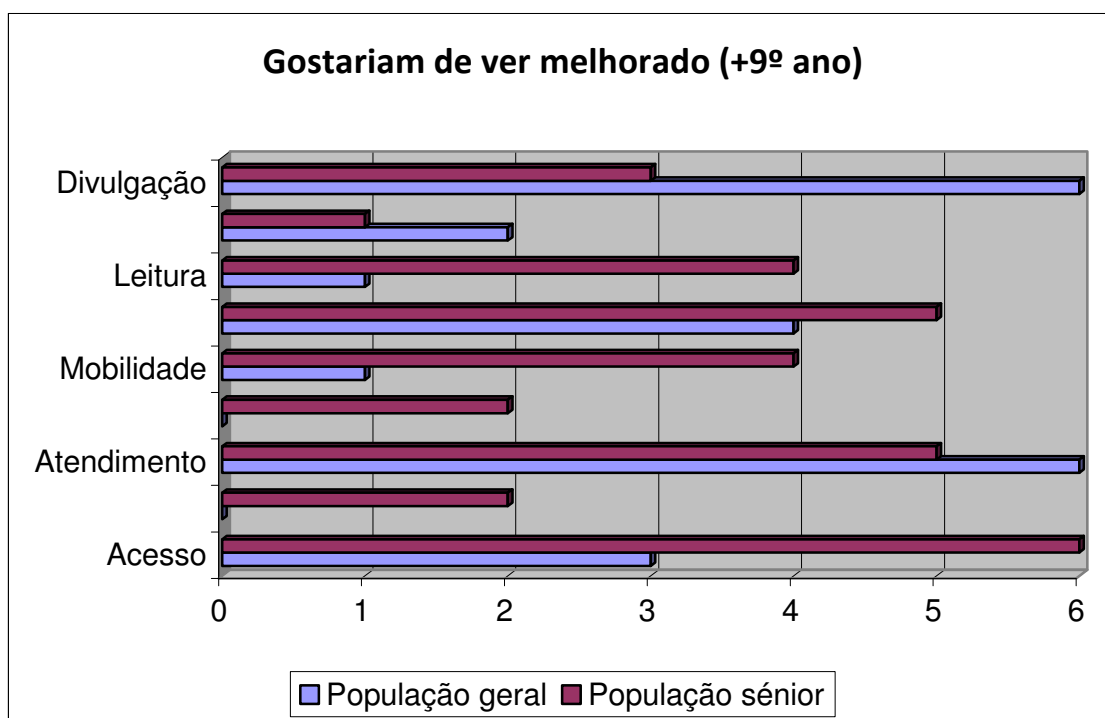


Gráfico 81

Quanto aos participantes dos *focus groups* menos escolarizados (gráfico 82), o item mais assinalado é a facilidade de leitura e logo o preço e o conforto, sobretudo para os visitantes seniores. Só o atendimento tem maior número de escolhas para a população em geral do que quando lhes é perguntado especificamente pelos visitantes seniores. Acesso, conforto e respeito também são referidos a pensar na população sénior.

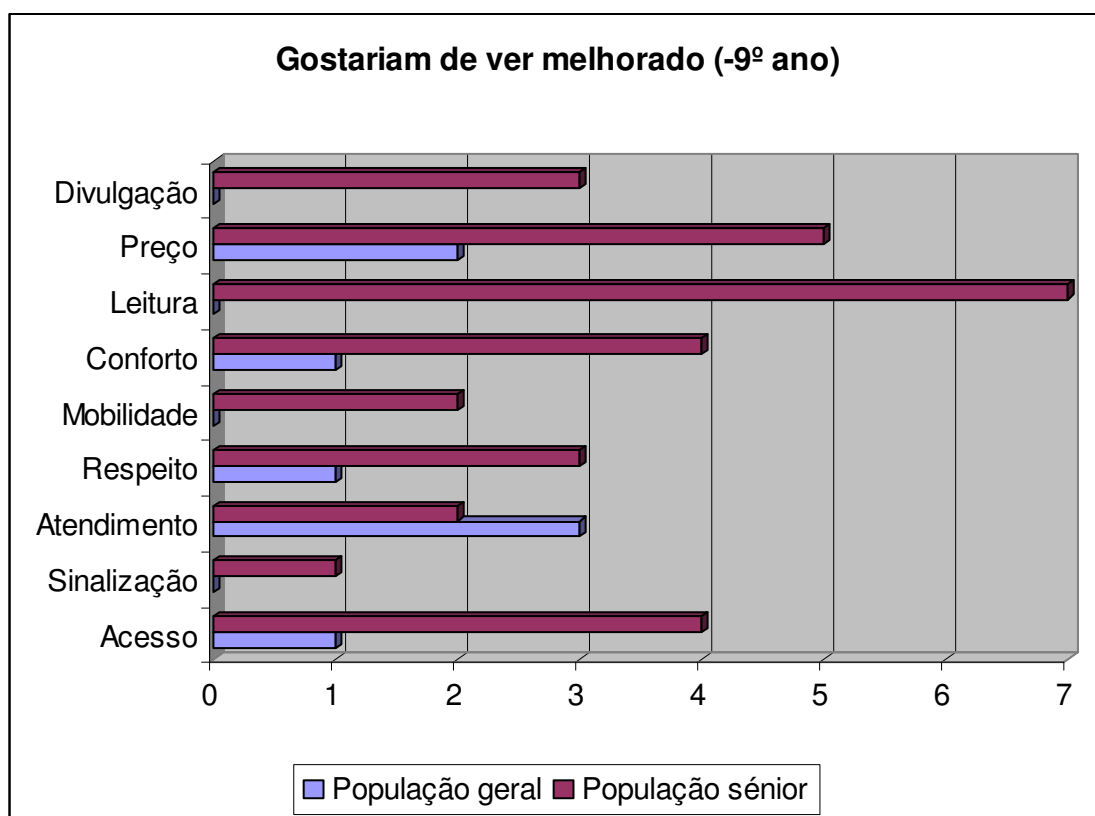


Gráfico 82

2.2.5 Canais de comunicação usados e privilegiados

Respondendo a outra lista de palavras que lhes foi sugerida, os mais escolarizados dizem saber da existência de museus ou exposições sobretudo por amigos, familiares e colegas e de serem eles próprios transmissores dessa informação. [*Quando gostamos recomendamos.*] (+9º ano, Beja). Segue-se a informação disponibilizada pelos próprios museus (folhetos, cartazes, *newsletters*). A TV tem alguma importância na divulgação (referem em particular o programa “Portugal em Directo” de Dina Aguiar ou o programa de José Hermano Saraiva). Também há algumas referências à agenda cultural das autarquias, em pé de igualdade com a Internet (gráfico 83).

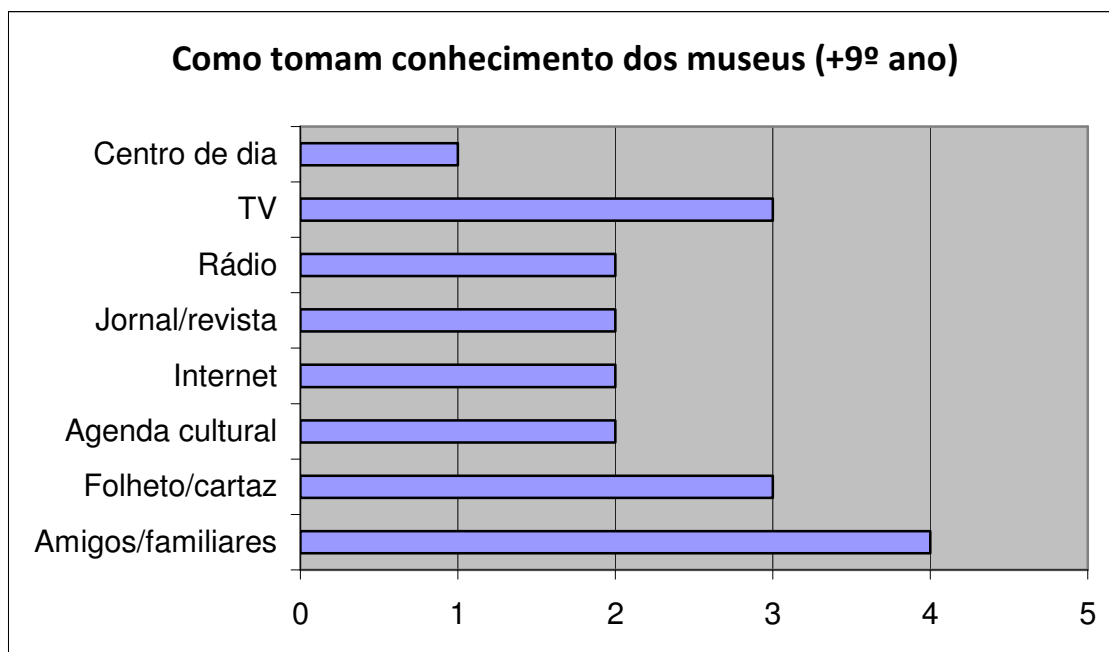


Gráfico 83

Estes indivíduos mais escolarizados acrescentaram às palavras-chave sugeridas no cartão “através dos hotéis” e “através dos próprios museus”.

“Nos hotéis! Às vezes há mais informação nos hotéis do que no turismo!” (+9º ano, Lisboa)
“Quando vou aos museus eles (hotéis) avisam das próximas exposições.” (+9º ano, Porto)

No caso dos idosos, menos escolarizados, são sobretudo (esmagadoramente) os centros de dia e centros paroquiais que divulgam a informação que lhes chega sobre museus. Seguem-se os amigos e as agendas culturais das autarquias. Também são informados através da rádio e TV (mas com muito menor importância). Não há referência aos folhetos/cartazes e *newsletters* dos próprios museus, assim como à imprensa escrita e Internet (gráfico 84).

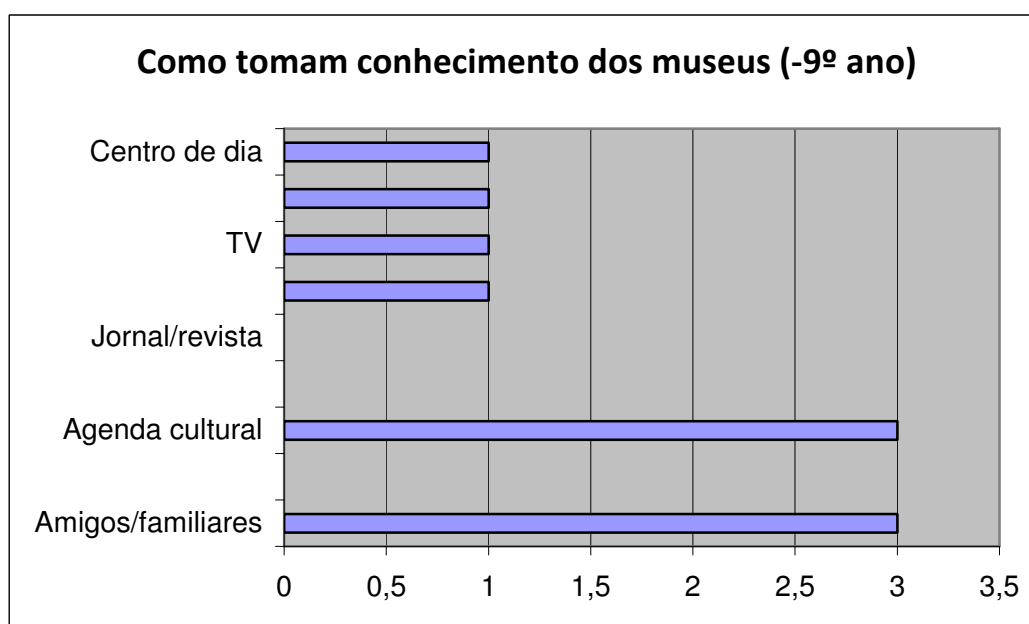


Gráfico 84

Quando questionados sobre como gostariam de ter conhecimento das actividades dos museus, há quem faça referência às agendas culturais difundidas pela Câmaras como um bom exemplo. Também há quem refira a divulgação através de cartazes nas ruas e *outdoors*. Também sugerem o envio da informação dos museus para as Universidades Seniores e que essa tarefa seja desempenhada pelos “Amigos do Museu”. Também há quem refira a televisão (“chega a todos e comunica directamente”). Os menos escolarizados referem os meios de comunicação social, em particular a televisão e materiais impressos.

“Poderia chegar através de livros, revistas, mas com uma letra grande, porque muitos têm uma letra miudinha.” (-9º ano, Viseu)

2.2.6 Pergunta aberta

No final da conversa em grupo, são convidados a acrescentar algo que não lhes tenha sido perguntado. Nesta pergunta aberta, os participantes com mais do 9º ano de escolaridade, referem a necessária maior protecção do Estado aos museus; a necessidade dos museus terem mais funcionários; a possibilidade de haver guias seniores a atender os visitantes (“como em Itália”). Também a criação do hábito de visita aos museus na infância (“haver um dia por mês para as escolas visitarem museus”), maior divulgação e maior facilidade de transporte. Há ainda quem sinta necessidade de “mais museus de pintura e tapeçaria”.

Quanto aos menos escolarizados, referem que gostariam de ser convidados a ir a museus e também que gostariam que os museus os visitassem nos lares/centros de dia. Também há quem aproveite para manifestar o seu desejo de um dia fazer uma exposição sobre “moedas e o valor do dinheiro” e quem descreva uma experiência de aprendizagem no Museu do Prado que hoje lhe permite interpretar o desenho que tem em casa.

“Tenho um quadro em casa, é um desenho. Não sabia interpretar. Mas como fui ao Museu do Prado vi quadros da mesma corrente e agora já sei interpretar.” (-9º ano, Porto)

2.3 Focus groups realizados nos museus

2.3.1 Hábitos actuais de ocupação de tempos livres

Actividades dentro de casa

Entre as actividades praticadas individualmente, fazem sobretudo referência à leitura de jornais e de livros (relacionados com saúde, alimentação, histórias, biografias, cosmologia, poesia). Praticam uma série de trabalhos manuais (croché, renda, decoração, malha, aguarela, bricolage); vêem televisão (notícias, telenovelas, filmes, séries, concursos, futebol) e vêem filmes (DVDs); ouvem rádio (referência em especial à Antena 2); usam a internet para pesquisas várias e para acesso às redes sociais. Fazem jardinagem; tocam cavaquinho; tomam conta dos netos; tratam de animais.

Actividades fora de casa

Frequentam as Universidades Seniores (cursos de informática, inglês, poesia, teatro, canto, trabalhos manuais). Praticam actividades físicas: ginástica, natação, hidrobike, chu kung, bicicleta. Quanto à fruição da natureza, dão passeios e fazem caminhadas. Dedicam-se a actividades de voluntariado e associativismo. Praticam uma série de actividades culturais: vão ao cinema, ao teatro, a concertos (à Gulbenkian, ao São Carlos), a museus (onde também levam, às vezes, os netos). Quanto a actividades mais de carácter social, pertencem a grupos de leitura, almoçam com amigos, vão ao café. Viajam; vão à igreja; alguns ainda dão aulas, dão formação (catequese). Dizem que as actividades de lazer de carácter manual têm a função de os distrair das suas preocupações.

“Levo os meus netos aos museus.” (Museu da Água da EPAL, Lisboa)

“Trato da horta, ocupa-me o tempo e não me tira o sono. Enquanto que outras actividades tiram-me o sono.” (Museu do Papel Moeda, Porto)

Quanto à forma como as praticam (sós ou acompanhados) dizem fazê-lo tanto sós como acompanhados. Quando saem acompanhados, vão com os seus cônjuges ou com amigos. Também há quem saia com os netos.

Se pudessem escolher o que fazer no seu tempo de lazer, à semelhança dos outros dois grupos, falam sobretudo na possibilidade de viajar.

“Ir à Terra Santa.” (Museu do Papel Moeda, Porto)

“Queria conhecer outras culturas, não europeias.” (Museu Municipal de Faro)

Há quem refira que sonha fazer um curso de mergulho, um curso de fotografia. Dança e canto, assim como ir ao teatro ou ao cinema, também são referidos como actividades que gostariam de praticar. Também andar mais; aprender pintura. Referem-se sobretudo à falta de tempo como principal impeditivo, mas também à falta de dinheiro.

“Gostaria de ir mais vezes ao cinema, mas é caro.” (Museu da Água da EPAL / Museu do Chiado, Lisboa)

“Gostaria de fazer natação, mas é caro.” (Museu do Trabalho, Setúbal)

Há, contudo, quem gostaria de se poder isolar mais.

“A minha opção é o isolamento.” (Museu do Papel Moeda, Porto)

Ou, pelo contrário, envolver-se mais como pessoas.

“Actividades que permitam o envolvimento da pessoa.” (Casa-Museu Anastácio Gonçalves, Lisboa)

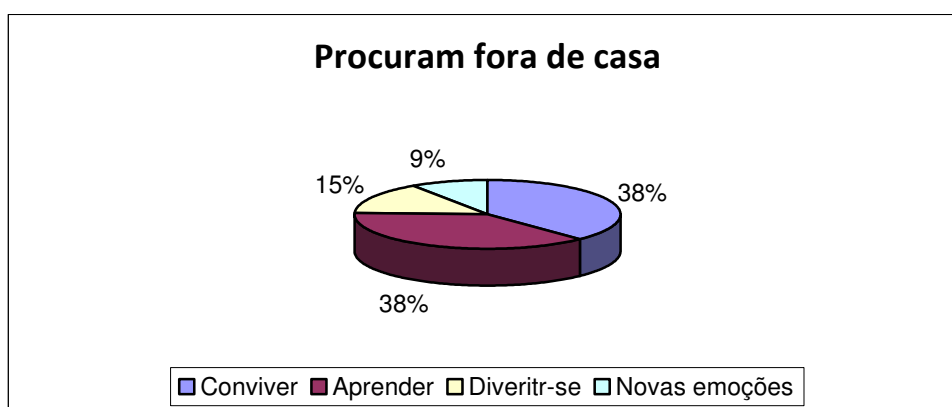


Gráfico 85

Na sua ocupação de tempos livres fora de casa (gráfico 85), procuram tanto *aprender* como *conviver*. *Divertir-se* tem para estes grupos mais peso do que em qualquer um dos outros *focus groups*. Há quem manifesta preocupações sociais e a vontade de ajudar.

“Dar socialmente.” (Casa-Museu Anastácio Gonçalves, Lisboa)

“Ajudar os outros.” (Museu Nacional de Arte Antiga, Lisboa)

2.3.2 Representação de ‘museu’

Associam ‘museu’ sobretudo à aprendizagem (conhecimento, enriquecimento, descoberta) e a uma noção de tempo (passado, antiguidade, antepassados, memória), com características ligadas a vivências pessoais (nostalgia, saudade).

“Também dá saudade, ao ver estas notas de 20 escudos dá saudade do passado.”

(Museu do Papel Moeda, Porto)

“Museu é lembrar.” (Museu do Chiado, Lisboa)

Também referem-se a sentimentos agradáveis e positivos, como beleza, paz, descontração, prazer. Fazem menos alusão, do que os outros grupos, aos objectos expostos e às colecções (referem-se a eles como “coisas interessantes”, “obras de arte”). Há ainda duas referências a cultura.

2.3.3 Experiência de ‘museu’ ao longo da vida

Muitos dos participantes destes *focus groups* realizados dentro dos museus visitaram pela primeira vez um museu antes dos 10 anos, com a família ou com a escola. Os museus mais visitados nestas idades foram o Museu Nacional de Arte Antiga, o Portugal dos Pequeninos, o Museu Soares dos Reis, o Museu do Caramulo, os Mosteiros dos Jerónimos e da Batalha, a Capela dos Ossos. Referência ainda ao Museu dos Presépios de Olhão. Há muitas referências ao Museu Alvares Castro em Maputo, onde muitos passaram a infância. Alguns visitaram pela primeira vez museus na adolescência também com a família e escola, e há, novamente, referências à Capela dos Ossos, ao Museu dos Coches, ao Museu Militar, ao Mosteiro de Alcobaça, ao Museu Nacional de Arte Antiga. Como nos grupos anteriores, há referências a fases da vida específicas ligadas à experiência de primeira visita (quando vieram para Lisboa; quando se casaram, aos 17 anos; quando vieram de África). Os que dizem ter apenas visitado na idade adulta, foram ao Museu dos Coches, outros ao Ecomuseu do Seixal (“museu dos barcos”). Os indivíduos que visitaram pela primeira vez museus com mais de 65 anos referem o Museu do Azulejo e o Museu da Cera de Fátima. Há quem diga ter ido pela primeira vez a museus só aos 80 anos (um ex-funcionário da Fábrica de Loiça de Sacavém, referindo uma visita ao Museu de Sacavém).

Dessas primeiras experiências de visita, lembram-se sobretudo dos objectos que viram (“animais embalsamados”, “armamentos”, as “casinhas” do Portugal dos Pequeninos, “o carro que transportou o arco da rua Augusta”, os painéis de S. Vicente e a Custódia de Belém - dois objectos icónicos do Museu Nacional de Arte Antiga; também de objectos-seres vivos), mas referem também algumas aprendizagens (como funcionavam os barcos, a história do rei D. Carlos I). Referem-se ainda a pormenores de obras e peças vistas. À semelhança dos grupos anteriores, também há referências a ossadas (mas de forma menos vincada). Lembram-se de sensações (a impressão que lhes causou o tamanho dos edifícios, os dourados; referência a “sonhos maus” relacionados com cores de um quadro de caçadas; o tamanho e as cores dos quadros de El Greco). Fazem, igualmente, alusão à sensação de não entender, de não ter gostado da experiência e, na altura, não querer voltar mais.

“Gostei de aprender como funcionavam os barcos, impressionou-me.” (Ecomuseu

Municipal do Seixal)

“O meu pai olhava para os quadros e eu não percebia o que se passava.” (Museu de

Loures)

“Lembro-me de ter dito ao meu pai que nunca mais queria visitar museus.” (Ecomuseu

Municipal do Seixal)

“Os ossos impressionaram-me muito.” (Museu Nacional de Arte Antiga, Lisboa)

“Vi uma imagem que tinha a cabeça partida. E fixei essa imagem com a cabeça partida.”

(Museu do Papel Moeda, Porto)

“Visitei o Palácio de Queluz e lembro-me que tinha achado que as camas eram pequenas.” (Museu do Trabalho, Setúbal)

“Lembro-me de ter passado por baixo da barriga de um elefante.” (Museu Calouste Gulbenkian, Lisboa)

“Recordo-me de um preto espetado com espinhos (ídolo de pregos africano) que tínhamos medo e fugíamos.” (Museu Municipal de Faro)

“Foi a exposição colonial no Porto, nos anos 30. O que mais me impressionou foram... enfim, as peças vivas... os africanos...” (Museu Nacional de Arte Antiga, Lisboa)

“Recordo-me das figuras de cera que pareciam verdadeiras, apetecia-me apalpá-las.”
(Museu Municipal de Faro)

“A luta dos leões no Museu de História Natural de Lourenço Marques.” (Museu do Chiado, Lisboa)

Quanto aos objectos que mais os impressionaram em geral nas suas visitas a museus, mostram, à semelhança dos outros grupos, o seu desagrado em relação à pintura que designam de “moderna”.

“A pintura moderna, não vou com ela!” (Museu do Papel Moeda, Porto)

Quanto à experiência mais marcante de museu, destoando dos *focus groups* acima analisados, referem-se com muita frequência a museus estrangeiros, como o Museu d’Orsay e o Jeu de Paume em Paris, o Museu Rainha Sofia em Madrid, o Museu de Antropologia do México, o Museu Britânico de Londres, o Museu dos Dinossauros de Cardiff, o Museu de História Natural de British Columbia, o Parlamento de Budapeste. Quando questionados sobre o que marcou, realmente, a sua visita, referem-se a objectos específicos que viram expostos [o Bosch e o Goya no Museu do Prado e as pinturas na Capela Sistina (Museu Nacional de Arte Antiga) ou as tapeçarias de Pestrana, entre outros], às colecções ou à forma como o museu estava organizado e apelativo (“vivo”).

“A carruagem que foi a Roma, no Museu dos Coches, pela sua grandiosidade.” (Casa-Museu Anastácio Gonçalves, Lisboa)

“Vi no Museu da Presidência um relógio que parou com a revolução da marinha em 1910.” (Museu do Trabalho, Setúbal)

“No Centro Ciência Viva de Estremoz, aprendi como funciona um vulcão através de uma panela de pressão.” (Museu Calouste Gulbenkian, Lisboa)

“Gostei muito de ver as tapeçarias de Pestrana, mostram o que éramos como povo e governantes.” (Museu da Cerâmica, Loures)

“Gostei muito da pintura impressionista no Jeu de Paume.” (Casa-Museu Anastácio Gonçalves, Lisboa)

“Adorei o Musée d’Orsay, pela sua colecção.” (Casa-Museu Anastácio Gonçalves, Lisboa)

“O Museu Reina Sofia em Madrid, está muito bem organizado, muito claro.” (Casa-Museu Anastácio Gonçalves, Lisboa)

“No Museu de Ciência de Chicago entrei num submarino.” (Museu Calouste Gulbenkian, Lisboa)

“Um museu de Antropologia no México: grande, bem apresentado, um museu vivo.”

(Museu Calouste Gulbenkian, Lisboa)

“Gostei de visitar o Museu do Neorealismo, é um museu vivo.” (Museu do Chiado, Lisboa)

Neste grupo há, como seria de esperar, várias referências a visitas a museus nos últimos 12 meses, sobretudo realizadas em Portugal e na região de Lisboa (Museu do Azulejo, Museu Nacional de Arte Antiga, Museu da Presidência, Museu Bordalo Pinheiro, Museu da Electricidade, Museu do Oriente, Museu do Traje); também ao Convento de Mafra e Mosteiro da Batalha. Há ainda quem tenha visitado a Rota Romântica do Minho. Os museus visitados no estrangeiro foram sobretudo referidos pelos visitantes do Museu Nacional de Arte Antiga e do Museu Calouste Gulbenkian (Turquia, Vietnam, Espanha, Alemanha, Inglaterra).

O que os motiva a visitar museus é sobretudo aprender e conhecer; também (à semelhança dos grupos mais escolarizados) transmitir o conhecimento aos outros (aos netos). Vão, igualmente, aos museus por curiosidade, para ver coisas inéditas, bonitas e as “novas tendências”, para “ver o que há de novo” (esta tinha sido uma resposta dos menos escolarizados nos grupos acima analisados). Há ainda quem, denotando familiaridade com os museus, diga que vai a museus para compreender a perspectiva dos museólogos. Esta valorização do trabalho museológico tinha sido também referida, como vimos, pelos mais escolarizados.

“Sentir como os autores das obras ou os curadores vêem as obras.” (Museu Nacional de Arte Antiga, Lisboa)

“Gosto de mostrar aos meus netos.” (Museu da Água da EPAL, Lisboa)

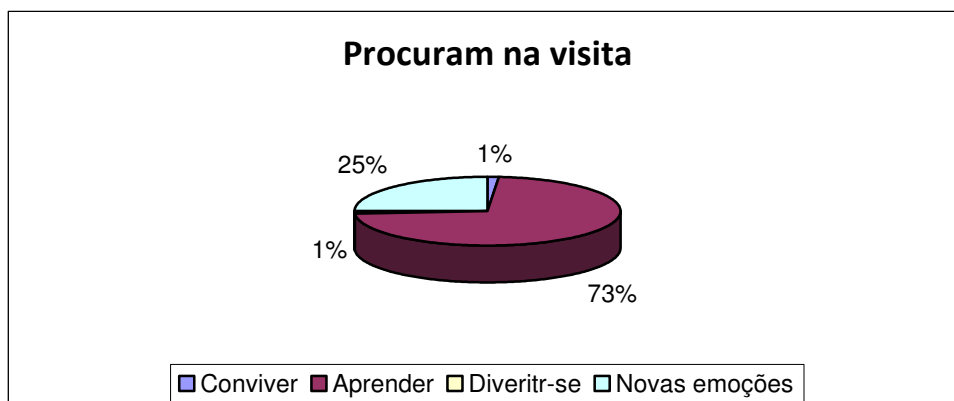
Quanto ao que os condiciona a visitar museus, apontam sobretudo a falta de tempo (referida por cinco grupos), a falta de dinheiro e os horários. Referem também problemas de deslocação: falta de transportes, falta de companhia, más condições climáticas. Há uma única referência (Museu Municipal de Faro) a más acessibilidades físicas e a cansaço durante a visita (falta de zonas de descanso).

“Em terras pequenas temos que pedir a chave para ver uma capela, mas não está ninguém.” (Museu Nacional de Arte Antiga, Lisboa)

“Não tenho com quem ir.” (Museu Municipal de Faro)

“Não me aventuro ir de carro a Lisboa.” (Ecomuseu Municipal do Seixal)

Quanto ao que procuram na visita a museus (gráfico 86), é esmagadora a escolha de *aprender*, logo seguida de *ter novas emoções e sensações*, sendo o *convívio* (importante como vimos para os *focus groups* acima analisados) e o *divertimento* residuais. Esta valorização da emocionalidade não deixa de ser curiosa, e não deve ser despiçando o facto de estas conversas terem tido lugar no interior dos próprios museus.



2.3.4 Representação de ‘museu’ no passado e presente

À semelhança dos outros dois conjuntos de *focus groups*, dizem que no passado os museus eram depósitos ou armazéns, dado que, na sua opinião, não havia preocupação em adaptar o espaço às obras de arte, de os tornar suficientemente atractivos. Dizem que não eram agradáveis, eram ambientes fechados e escuros. No passado os acessos eram maus.

“O museu tradicional tinha umas salinhas, não tinha nada a ver com este museu de hoje, com todo este vidro, com todas estas montras.” (Museu do Papel Moeda, Porto)

“O museu tradicional tinha salas com tectos muito altos, tinham construções antigas.”
(Museu do Papel Moeda, Porto)

“Antigamente as paredes estavam cheias de quadros.” (Museu Municipal de Faro)

“Antigamente os museus eram uma coisa morta... estava tudo ali...” (Museu Municipal de Faro)

Quanto ao tipo de visitantes do passado, à semelhança do que observámos para os outros grupos, descrevem-nos como possuindo maior capital cultural.

“Geralmente os museus eram visitados por escolas e só por pessoas com mais cultura.”
(Museu do Papel Moeda, Porto)

Em relação aos museus no presente, valorizam sobretudo a sua interactividade com os visitantes e o esforço de divulgação, de chegar a novos públicos. Reconhecem que hoje há mais preocupação com quem tem dificuldades (Museu do Papel Moeda, Porto). Fazem também alusões à arquitectura dos novos edifícios.

“Hoje os museus são mais interactivos, mais luminosos, querem cativar as pessoas.”
(Casa-Museu Anastácio Gonçalves, Lisboa)

“Leva-se mais em consideração a promoção da peça ao criarem espaços para as peças respirarem e ganharem mais relevo e evidência.” (Museu Municipal de Faro)

“Os funcionários hoje são mais jovens e empenhados.” (Museu Municipal de Faro)

“Hoje os museus estão mais bem apetrechados. Têm audioguias, o que facilita a compreensão para quem é analfabeto, por exemplo.” (Museu Municipal de Faro)

Quando confrontados com o cartão de palavras-chave, definem os museus no passado (gráfico 87) primeiro como *centro cultural* (32) e em segundo lugar com *templo* (24). Segue-se *escola* (10) e *biblioteca* (7) e, a alguma distância, *centro recreativo* (1). Há aqui uma inversão dos conceitos mais nomeados nos outros grupos, provavelmente também por a conversa se desenrolar dentro de um museu.

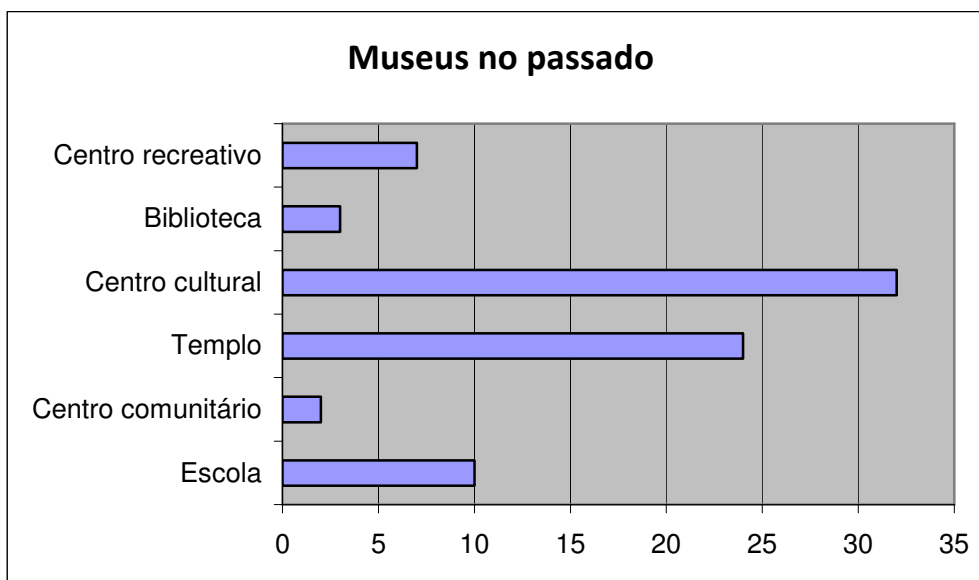


Gráfico 87

Quanto aos museus no presente (gráfico 88), este gráfico tem uma configuração semelhante à dos dois outros tipos de *focus groups*, sendo apenas de registar a escolha (ainda que residual) da designação *templo* (o que não aconteceu nos outros dois casos). O facto de associarem também os museus no presente a *centro cultural*, mostra que não consideram que os museus tenham sofrido alterações muito dramáticas. Esta ideia é consistente com o facto do termo *templo* também ter sido escolhido na representação dos museus no presente, permitindo aventar a hipótese que este conceito (valorizando, por exemplo, a solenidade da sua representação) ou não é entendido de uma forma apenas pejorativa ou a sua relação com os museus actuais se mantém crítica. Também é de supor que indivíduos com uma relação regular com os museus tenham uma maior dificuldade em distinguir ‘passado’ de ‘presente’.

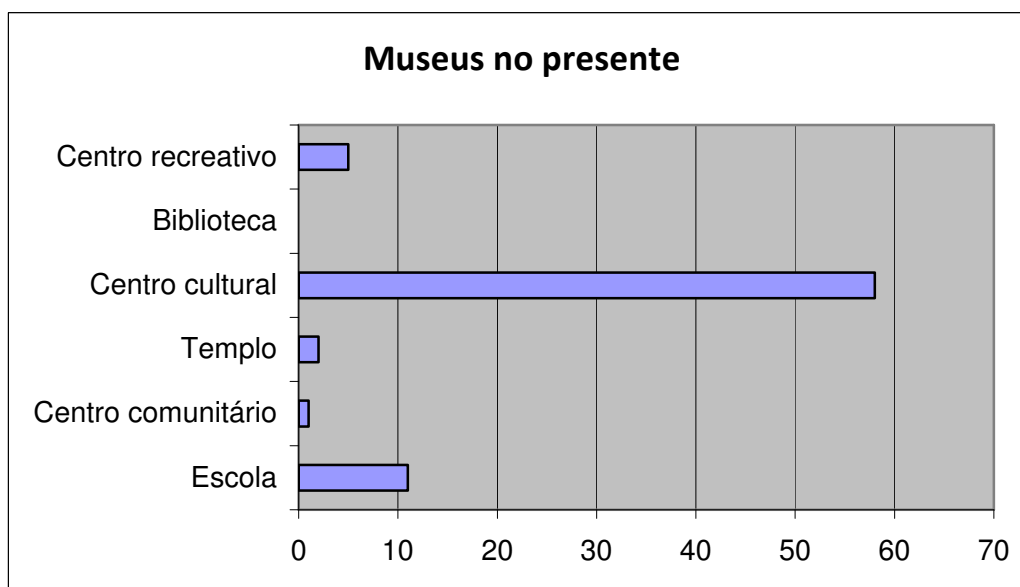


Gráfico 88

Quando questionados sobre como pensam que os museus poderiam ser melhorados em geral (gráfico 89), à semelhança dos outros grupos, referem-se à necessidade dos “governantes” darem mais apoio aos museus, e de que alguns museus precisariam de ser renovados. Fazem também referência aos horários, que deveriam ser alargados, abrindo aos domingos e feriados e também até mais tarde. Também referem a necessidade de maior divulgação (cartazes, rádio) para atrair mais pessoas. São críticos quanto às legendas e os painéis, que acham que deveriam ter informações suficientes e claras, ainda que não exaustivas, e deveriam estar bem situados (próximos das peças e a boa altura, letra maior, melhor iluminação, melhor contraste das letras com o fundo, linguagem mais acessível). Há ainda a preocupação de que os museus

tenham preços acessíveis. Quanto ao conforto, gostariam que possuíssem mais zonas de descanso e pequenos bares, onde não existam. Dizem ainda que os museus deveriam melhorar a sinalética, dando o exemplo aquela de áreas comerciais como a FNAC e o IKEA, com percursos coloridos no chão. Como no caso dos grupos anteriores, também valorizam as visitas guiadas e pensam que deveria ser dada melhor formação a quem as faz, e que os grupos de idosos não deveriam ser misturados com outros. Referem-se ainda à necessidade de melhor atendimento.

“Deveriam ficar abertos até mais tarde.” (Casa-Museu Anastácio Gonçalves, Lisboa)

“Deveriam aproveitar melhor o jardim, como faz o MOMA.” (Museu do Chiado)

“Deveriam criar actividades que pudessem trazer as pessoas ao museu ou, então, divulgá-las melhor.” (Casa-Museu Anastácio Gonçalves, Lisboa)

“É difícil encontrar a correspondência entre as peças e as legendas.” (Casa-Museu Anastácio Gonçalves, Lisboa)

“O tipo de informação que se dá é mínimo - identificação da peça: o que é e o ano; não tem que ser exaustiva, tem que ser rápida, clara, concreta.” (Museu Nacional de Arte Antiga, Lisboa)

“Não misturar visitas, porque visitas escolares são em geral muito barulhentas e prejudicam quer os outros grupos quer o visitante isolado.” (Ecomuseu Municipal do Seixal)

“As visitas guiadas são disponíveis apenas quando visitamos em grupo.” (Ecomuseu Municipal do Seixal)

“Deveriam dar mais importância à sensibilidade do que à escolaridade dos funcionários.” (Museu Calouste Gulbenkian)

“Exposição Fernando Pessoa: muito bom uso das novas tecnologias, atrai um público muito diverso, de várias idades e meios culturais.” (Museu Nacional de Arte Antiga)

Pugnam por melhores acessibilidades (elevadores, banquinhos, corrimãos, rampas, escadas eléctricas) e melhor manutenção dos edifícios (que encontram por vezes degradados). Quanto às temáticas expostas, defendem a existência de espaço reservados a artistas locais (Museu de Faro).

“Aumentar os espaços e as salas dos museus para os artistas amadores/locais.”

(Museu Municipal de Faro)

Quanto a melhoramentos a pensar nos visitantes seniores, referem-se sobretudo a melhores acessos aos museus (parques de estacionamento) e a melhores acessos dentro dos próprios museus (elevadores e melhor orientação no interior, indicação da saída); também melhores zonas de descanso (mais assentos). A experiência de visita guiada deve ser estimulante e enriquecedora (linguagem mais adequada e simples, ritmo mais lento, voz audível). O atendimento também deverá ser específico.

“A maior parte das actividades são direccionados para as crianças, embora também não haja grande interesse do público sénior em visitar o museu.” (Museu Municipal de Faro)

“O elevadores são muitas vezes avariados.” (Museu do Chiado / Museu Nacional de Arte Antiga, Lisboa)

“Atendimento: criar empatia, uma relação com o visitante desde o primeiro momento.” (Museu Nacional de Arte Antiga, Lisboa)

Defendem a necessidade de mais apoio da parte dos funcionários e maior envolvimento dos mesmos com este grupo etário; mais explicação, tanto pessoal como escrita. Quanto à legibilidade referem em concreto o tamanho da letra e a necessidade de maior contraste. Também melhor iluminação. Quanto ao preço, dizem que embora os preços das entradas sejam em geral baratos para os visitantes sénior, já o dos catálogos são caros. Sugerem melhoria na divulgação interpessoal: dizem que quando as pessoas saem do museu poderia haver uma sugestão do museu para falarem aos seus amigos ou serem-lhes dados cupões para voltar gratuitamente. Também fazem referência a uma melhor divulgação através da televisão, agenda cultural e internet. Referem-se também à necessidade da divulgação ser “pontual” já que por vezes, quando a recebem, os eventos já tiveram lugar. Também defendem que os museus deveriam sair das suas portas e ir ao encontro dos visitantes sénior.

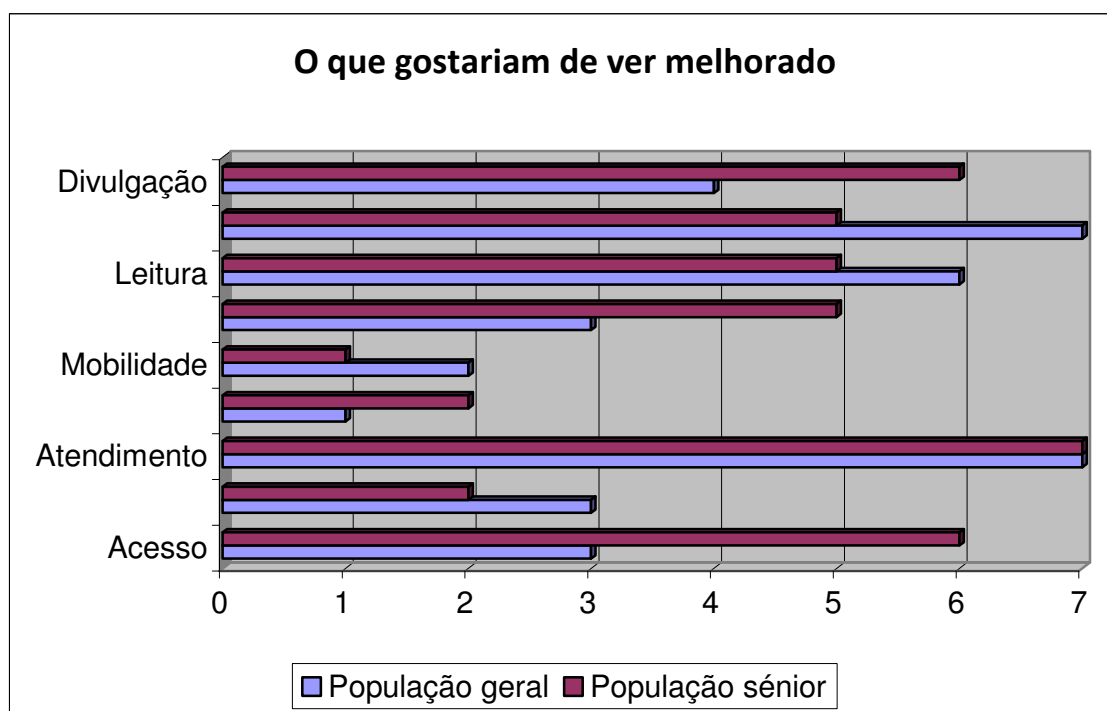


Gráfico 89

Relativamente aos itens pré-definidos quanto às melhorias a propor (gráfico 89), são sobretudo críticos quanto ao atendimento, que defendem que deveria ser melhorado de igual modo para a população e para a população sénior. Referem-se também com mais frequência ao preço (um pouco mais referido quanto à população em geral), divulgação (bastante mais referido quanto ao visitante sénior) e facilidade de leitura (um pouco mais referida quanto à população em geral). A sinalização e a mobilidade são mais apontados quando se referem à população em geral, no que toca ao acesso; respeito e conforto são mais assinalados quando questionados sobre a população sénior. Também os preocupa que haja mais e melhor divulgação dirigida aos visitantes sénior.

2.3.5 Canais de comunicação usados e privilegiados

No caso destes idosos com alguns hábitos de visita a museus, os canais de comunicação que melhor funcionam são as agendas culturais (algumas enviadas por correio), logo os jornais e os amigos (gráfico 90).

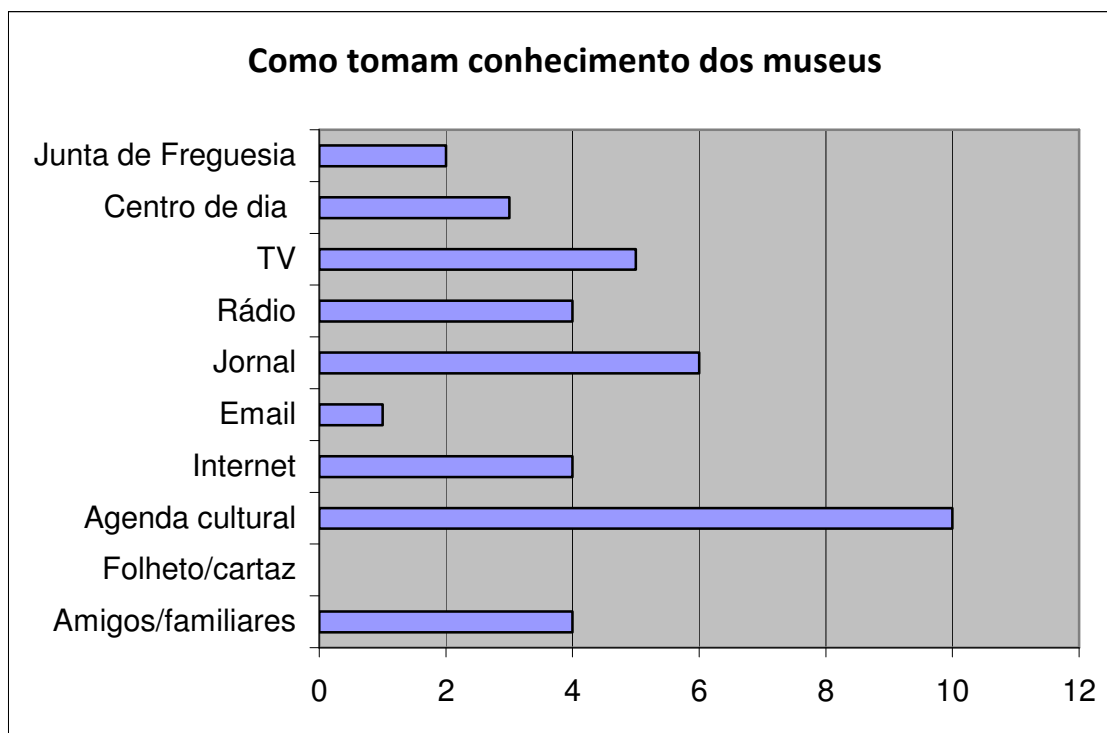


Gráfico 90

Este é o grupo com acesso a mais variados meios de informação (recebem informações por e-mail, o que não foi registado nos grupos precedentes). Um grupo acrescentou que têm conhecimento através de materiais de divulgação disponíveis em cafés e colectividades (Museu do Trabalho).

2.3.6 Pergunta aberta

Quando convidados a acrescentar alguma informação que não lhes tenha sido pedida, referem-se à necessidade do Estado apoiar a cultura e à necessidade de criar hábitos culturais. Criticam o facto de haver mais o hábito de ir a museus no estrangeiro do que em Portugal (Museu do Chiado). Há ainda quem refira que as entradas deveriam ser gratuitas, “pagas pelos impostos” (Museu da Água da EPAL). Expressam preocupação pelas pessoas que não têm a felicidade de se deslocar, que estão muito isoladas ou que não fazem nada. Sugerem que os museus fossem aos lares, que são “armazéns de idosos”, e que despertassem as pessoas (Museu do Papel Moeda, Porto). Alguns grupos gostariam que a região onde o seu museu se insere fosse mais divulgada (caso do grupo do Museu Municipal de Faro). Vários grupos sentiram necessidade de dizer que consideram este estudo importante.

“As pessoas visitam lá fora, mas não aqui. Faltam hábitos culturais.” (Museu do Chiado)

F. PRINCIPAIS CONCLUSÕES / RECOMENDAÇÕES

1. Hábitos de lazer

- Tendo em vista o crescimento da população sénior, os museus deverão procurar maximizar a sua relação com ela, uma vez que vai ter um peso crescente entre as suas audiências.
- Os seniores, para além de mais numerosos, serão também mais saudáveis e mais activos, com mais tempo livre e, em alguns casos, com mais dinheiro para eles próprios, que procurarão ocupar os seus tempos livres e de lazer com actividades que darão resposta à sua necessidade de convívio, aprendizagem e divertimento. Os museus podem ser a opção ideal para a satisfação em simultâneo de todas estas necessidades.
- Os sociólogos prevêem que o aumento da escolaridade reforçará a prática de consumos culturais e formas de ocupação do tempo livre, que porventura têm ainda uma expressão embrionária, mas que terão tendência a tornar-se mais expressivos. Isto significa que, mesmo que os museus não façam nada neste sentido, serão confrontados com a procura por parte de visitantes seniores mais informados e mais exigentes, sobre a qual, se apresentarem uma oferta de qualidade, poderão construir uma relação que seja benéfica para ambas as partes.
- O lado social do envelhecimento activo passará pela reformulação das redes de solidariedade e de sociabilidade. Estas poderão constituir uma base importante de interacção com os museus.
- A frequência de Universidades Seniores e centros de dia tem tendência a adensar-se, reforçando a participação activa dos novos reformados. Estas instituições são hoje responsáveis pela criação e sustentação do hábito de visita a museus, sendo que a maioria dos idosos visita-os em grupos organizados e em visitas programadas por elas. Assim, faz todo o sentido que haja uma estreita colaboração entre as mesmas e os museus.
- Relativamente à forma como os seniores ocupam actualmente os seus tempos livres, destacam-se as actividades que envolvem exercício físico, que demonstram a sua vontade de se manter em forma e de 'contrariar' a velhice, assim como o cada vez maior uso dos computadores (para pesquisas, para se manterem informados, para comunicarem com familiares e amigos no skype e nas redes sociais).
- Mais concretamente entre os inquiridos nos museus, 47% ocupa os seus tempos livres com visitas a museus, sendo que a maioria deles (41%) visita esporadicamente (2 a 5 vezes por ano).
- As visitas diminuem a partir dos 75 anos, devido, naturalmente, à degradação das condições físicas e mentais das pessoas ou ao facto de ficarem viúvos/viúvas e sem outra companhia (filhos ou amigos) ou na companhia de outros idosos, igualmente debilitados. Assim, ficam confinados na sua casa ou em lares.

2. O papel dos museus

- Os museus e os seus dirigentes mostram-se perfeitamente conscientes das actuais tendências demográficas e do seu impacto na relação com a população sénior. Este segmento do público está cada vez mais contemplado nos planos de actividades e mencionado nos objectivos dos museus.
- Apesar de, num primeiro momento, os museus definirem os seniores como pessoas com mais tempo e mais dinheiro, mostram-se igualmente conscientes da forma como as condições físicas, intelectuais e económicas diferenciam o perfil destas pessoas e o como influenciam o nível e a forma do seu envolvimento com os museus. Portanto, são necessárias formas de abordagem e tipos de oferta igualmente distintos.
- Conforme foi acima referido relativamente aos tempos livres, os museus são espaços que podem proporcionar ao mesmo tempo experiências de convívio e de aprendizagem. Ao proporem programas que levam em consideração estas duas componentes da experiência, dando aos seniores a oportunidade de participar e de se expressar, darão o seu contributo ao esforço da sociedade para um envelhecimento activo, um envelhecimento que proporcione melhor qualidade de vida, mesmo nas idades mais avançadas.
- No universo de visitantes seniores, tal como se verifica na generalidade dos estudos de público em museus relativamente aos restantes grupos etários adultos, a maioria dos visitantes tem formação superior. Em Portugal, o número de pessoas com educação

superior registou um grande aumento nas últimas décadas, pelo que também a população sénior é cada vez mais instruída. Este facto constitui uma oportunidade para os museus e, ao mesmo tempo, um desafio, considerando a existência de grupos de seniores com menos escolaridade ou analfabetas, com os quais deverão, igualmente, procurar comunicar e tornar a sua oferta acessível e relevante.

- Os museus podem igualmente oferecer oportunidades de voluntariado, tirando partido da necessidade de participação activa e de aprendizagem contínua dos seniores.
- Numa sociedade onde, devido à crise, as famílias poderão depender cada vez mais dos seus membros seniores para fazerem face às despesas e tomarem conta dos netos, os museus poderão ter um papel muito significativo em termos de ofertas que poderão dar resposta às necessidades de grupos intergeracionais.
- Ao mesmo tempo, não se pode ignorar o facto de, com o avanço da idade, as pessoas ficarem cada vez mais limitadas em termos de deslocações e, talvez por isso, mais isoladas e excluídas da interacção social diária. Dentro do mesmo conceito do envelhecimento activo, os museus terão um papel a desempenhar e poderão ir ao encontro destas pessoas nos locais onde se encontram.
- É importante referir que em vários *focus groups* foi defendido que o Estado, “os governantes”, deveriam dar mais apoio à cultura (e aos museus) e procurar criar hábitos culturais.

3. Comunicação / divulgação

- Considerando a vontade maioritariamente expressa pelos seniores em conviver e aprender, os museus poderão se autopromover como espaços que associam o convívio e a socialização ao conhecimento, o que se deveria reflectir nas mensagens de divulgação dos museus para este público específico.
- Há uma distinção social e cultural (decorrente da escolaridade e da região) que deve ser tida em consideração na escolha dos canais de divulgação mais adequados.
- Para os mais escolarizados, há uma valorização da colecção, do esforço dos museólogos na representação de museu. Esse trabalho do próprio museu poderia ser incorporado na forma como o museu se apresenta a estes grupos de maior capital escolar.
- A info-exclusão é ainda uma realidade a ter em conta, no que diz respeito à forma como os museus comunicam com os seus públicos sénior. Os suportes ‘tradicionais’ de divulgação (folhetos, cartazes, newsletters) não podem ser completamente abandonados, uma vez que fazem chegar a informação a um número muito significativo de pessoas que não usa a Internet para ser informado.
- Os museus devem tirar partido de meios de comunicação de massas poderosos, tais como a televisão e a rádio, que chegam a todo o território nacional e ajudam a aumentar a visibilidade de uma instituição. Considerando os custos das campanhas publicitárias, proibitivos para as instituições culturais, fará sentido procurar criar parcerias com os meios de comunicação social com o objectivo de realizar campanhas gratuitas. Fará igualmente sentido investir na assessoria de imprensa, uma vez que não tem custos e, quando bem-feita, não só garante visibilidade e cobertura para as iniciativas dos museus, mas reúne também um nível mais alto de confiança da parte do público do que a publicidade.
- A passagem de informação boca-a-boca é o meio de comunicação mais influente entre os seniores que são autónomos, do ponto de vista físico, intelectual e financeiro. É, por isso, fundamental identificar os seus canais de informação preferenciais, aqueles aos quais estas pessoas são mais expostas, porque elas serão os melhores embaixadores dos museus, aqueles com maior influência no seu meio de familiares e amigos, capazes de trazer ou de encaminhar mais visitantes, seniores e não só. Os museus poderão, igualmente, pensar em promoções concretas que permitam aos actuais visitantes trazer os seus amigos seniores a um preço reduzido ou, por uma vez, gratuitamente.
- Para os menos escolarizados e autónomos - que são, precisamente, os visitantes raros de museus -, a comunicação que melhor funciona é a que é divulgada através das Universidades Seniores e centros de dia, assim como das autarquias (agendas culturais). Os museus poderiam tirar melhor partido destas relações de proximidade e, para além de procurarem otimizar a divulgação feita através delas, construir as suas próprias programações com as instituições de assistência a esta população.

- Será necessário organizar as *mailing lists* dos museus e identificar nelas os destinatários seniores, para se poder enviar informação especialmente dirigida a este público.
- Apesar das redes sociais terem sido pouco referidas pelos inquiridos nos museus, surgiram com bastante frequência nos *focus groups*, o que significa que os museus têm aqui mais uma plataforma de comunicação que deverá ser adaptada às necessidades e interesses também deste público.

4. Contexto da visita

- Sendo as necessidades mais prementes, de convívio e de aprendizagem, transversais à sua idade, sexo, frequência de visita e nível de escolaridade, a visita a museus, enquanto actividade de lazer, é percebida igualmente pelos seniores como uma experiência cognitiva e social. Se as necessidades de ocupação do tempo livre são as mesmas entre os seniores, e o museu insere-se no leque de actividades possíveis de lazer, a explicação para a existência de hábitos de visita diferentes reside no facto do museu sobretudo propiciar e reforçar a ocorrência de experiências cognitivas (aprendizagem) em detrimento das sociais (convívio), o que favorece os mais escolarizados. Assim, o que distingue o visitante raro do frequente, por exemplo, é o facto de perceberem e experienciarem o museu como algo que vai mais (ou vai menos) ao encontro das suas expectativas e necessidades de lazer.
- As competências e as necessidades do visitante sénior que visita mais frequentemente o museu, mais escolarizado, encontram-se em maior equilíbrio com os desafios que o museu oferece. Inversamente, as competências e necessidades do visitante raro, menos escolarizado, estão em maior contradição com as propostas dos museus. Esta constatação explica em parte a menor adesão ao hábito cultural de visitar museus por parte da população menos escolarizada.
- A maioria dos seniores em Portugal visita em grupo organizado. Estes grupos são organizados normalmente pelas Universidades Seniores e pelos centros de dia e para alguns seniores são a única forma de visitar museus.
- Estas vivências onde se combinam o conhecimento e o lado social da visita serão melhor asseguradas se a dimensão dos grupos for pequena e se ocorrerem num contexto de visita guiada.
- Atrair visitantes seniores individuais (e as suas famílias, por exemplo, visitas de avós e netos) é algo que os museus deverão considerar para poderem adaptar a sua oferta às necessidades e interesses dos mesmos, tornando-se, assim, mais apelativos e relevantes.
- Existindo, no entanto, museus que recebem maior número de visitas individuais de seniores (ou seja, não integradas em grupos organizados), fará sentido uma maior colaboração entre museus, no sentido de haver maior partilha de *know how*, contactos preferenciais, canais de comunicação, etc.
- A maior parte dos visitantes seniores visita os museus acompanhada. Por seu turno, uma grande maioria fá-lo pela primeira vez sobretudo por via e influência directa de amigos e familiares, o que vem confirmar, como foi já referido, que as pessoas mais próximas dos inquiridos, sobretudo os amigos, são poderosos agentes de influência e de decisão. São eles os principais instigadores, impulsionadores, motivadores e acompanhantes de muitas pessoas que vão aos museus e logo, importantíssimos na vida social e cultural dos visitantes seniores.

5. Programação

- Os seniores valorizam o dinamismo da programação (propondo mais exposições).
- Valorizam a história local, o reconhecimento de objectos e contextos que lhes são familiares.
- Valorizam igualmente o contacto com objectos raros, a possibilidade única da experiência aguçada pela curiosidade do desconhecido.
- O público sénior é um público diversificado em termos de gostos e interesses, como todos os outros. Interessa-se por temas ligados ao passado e à sua experiência de vida, mas mostra-se igualmente curioso relativamente a temáticas que desconhece e que têm a ver com a vida contemporânea, e em particular com o funcionamento das novas tecnologias.

- Neste sentido, também não se deve tomar por certo o seu desinteresse por ou aversão à criação artística contemporânea. O que acontece com os seniores é o que acontece com todas as pessoas: não gostam de ser confrontados com assuntos / objectos que desconhecem sem haver uma explicação / tentativa de interpretação.
- O cenário museológico português é parco em programações expositivas especialmente para este grupo etário (resultado quer do inquérito aos museus da RPM, quer das entrevistas aos directores dos museus). A produção de exposições específicas para este público não faz sentido para a maioria dos directores / responsáveis de museus, além do facto dos escassos recursos financeiros e humanos tornarem esta possibilidade praticamente impossível. A opção seria promover visitas guiadas e actividades especificamente pensadas para este público.
- Dito isto, não há dúvida que há temáticas mais relevantes e próximas dos interesses, inquietações e necessidades deste público, que, se forem exploradas, poderão ser uma oportunidade tanto de envolvimento deste segmento no trabalho do museu, como de atracção.
- A criação de conteúdos específicos poderá, realmente, ter um impacto importante na atracção deste público. No entanto, se não houver uma estratégia (em termos de programação e de comunicação) para manter a relação com eles, uma iniciativa destas não passará de algo pontual e sem continuidade.
- As novas exposições parecem ser um factor que motiva visitas repetidas. Não havendo dinheiro para mudar as exposições com frequência, talvez a proposta de novas actividades, menos dispendiosas na sua preparação, fosse uma boa alternativa.
- O desenvolvimento de projectos comuns com membros do público sénior ou grupos seniores específicos é ainda raro, mas poderá tornar a oferta dos museus mais relevante para eles.
- Para a maioria dos visitantes seniores, as suas memórias centram-se mais no sentido total de cada museu que visitaram e não especificamente nos conteúdos (geralmente, os estudos de público em museus indicam que este é o caso para a maioria dos visitantes, independentemente da sua idade, escolaridade, etc). Isto não significa, no entanto, que não sejam exigentes também relativamente a este factor. Não gostam de se sentir 'infantilizados' e reagem a linguagens que não entendem, referindo frequentemente a importância tanto da utilização de uma linguagem acessível nos painéis e nas legendas, como também da formação adequada dos guias, que querem que sejam não só conhecedores das obras e temáticas expostas, mas das necessidades da sua idade também.
- O envolvimento de seniores como voluntários na actividade diária do museu será uma outra forma de tornar o mesmo mais inclusivo e relevante para esta população.
- Actividades de *outreach* serão necessárias para os museus que querem chegar ao público sénior que não se pode deslocar ao museu ou ao público sénior que não costuma visitar (algo que os próprios seniores que passam o seu dia em centros de dia também sugerem).
- Tratando-se de uma população que também pratica nos seus tempos de lazer formas de expressão artística e criativa, os museus poderiam possibilitar essas formas de expressão em ligação com as colecções expostas e divulgá-las.
- Os professores das universidades que frequentam são referidos como tendo um papel fundamental na preparação e sucesso da visita aos museus. Poderia haver uma maior colaboração entre os serviços educativos dos museus e estes agentes educacionais que já criaram uma relação de proximidade e de confiança com cada grupo.

6. Acessibilidades e serviços

- Os seniores queixam-se da falta de sinalização no exterior dos edifícios.
- Ainda no exterior, sentem a falta de rampas, mas, como são levados pelas universidades e se deslocam sobretudo em grupo, a sua maior preocupação é a distância a que as camionetas que os transportam ficam da entrada do museu.
- A maioria das pessoas que visita individualmente desloca-se de carro e de transportes públicos, o que poderá tornar necessário para alguns museus estudarem com atenção e melhorarem as questões ligadas ao estacionamento, assim como à distância das paragens dos transportes públicos e da acessibilidade do percurso até ao museu.
- No interior, os seniores fazem sobretudo referência à falta de zonas de descanso, modernas e confortáveis. Também referem dificuldades de acesso às casas de banho quando estas são distantes.

- A falta de cadeiras de rodas requisitáveis na maioria dos museus (cuja existência constitui uma obrigação legal) deverá ser colmatada com urgência.
- A falta de casas de banho para deficientes em 39% dos museus inquiridos, que constitui igualmente uma obrigação legal, deverá também ser solucionada com a maior brevidade.
- Quanto à posição dos objectos e o tamanho da letra de legendas e textos, os seniores são críticos, sobretudo quando colocado fora do seu alcance visual e quando as letras são demasiado pequenas.
- É curioso que, apesar dos seniores se queixarem da dificuldade de acesso aos conteúdos (pela inadequação do tamanho da letra, dos contrastes, do posicionamento dos textos e dos objectos, da iluminação e da linguagem), o que a experiência empírica também vem confirmar, os museus consideram que cumprem em grande parte estes requisitos.
- Dito isto, para a maioria dos directores / responsáveis de museus que foram entrevistados, a acessibilidade está associada à mobilidade. Apenas um entrevistado se referiu por iniciativa própria a outras questões, como o tamanho de letra, os contrastes, o posicionamento dos objectos e das legendas, a linguagem usada nas mesmas, etc.
- Os seniores preferem conteúdos com linguagem acessível. Esta posição é sobretudo sentida quando se faz referência aos museus do passado como “museus para intelectuais”.
- No caso concreto da acessibilidade da linguagem, é importante referir que num determinado museu, enquanto o seu director reagiu com veemência ao que considerou ser uma sugestão de infantilização e banalização dos conteúdos, os seniores que participaram no *focus group* realizado nesse mesmo museu, e que estavam entre os que tinham qualificações literárias mais altas, queixaram-se da dificuldade em entender a linguagem usada pelo museu nos suportes de texto.
- As pessoas que acolhem o público sénior nos museus (tanto na recepção, como por parte dos serviços educativos) deverão ter uma preparação adequada para os receber com o devido respeito e para poderem dar resposta às suas necessidades.
- Ainda que se queixem do posicionamento errado de legendas e textos e dos problemas de legibilidade dos mesmos, assim como da não existência de corrimãos e de elevadores, é na figura do guia que se concentram e é dele/dela que mais esperam na sua antecipação de uma experiência bem sucedida.
- Os seniores valorizam as visitas guiadas, onde são descritos os objectos e as temáticas que lhes estão associadas de forma clara, interactiva (recusam a visita “papagueada”) e empenhada.
- O guia deverá ser adequadamente preparado para adaptar a linguagem e o conteúdo da mesma às necessidades (cognitivas e físicas) e interesses do grupo.
- Os visitantes seniores são sensíveis a ambientes muito congestionados, a visitas guiadas em que os próprios visitantes sejam elementos perturbadores. Estas características apontam para a necessidade deste público ter o seu tempo e espaço próprios.
- Gostam que os museus tenham lojas onde possam adquirir catálogos ou outros itens que lhes permitem transmitir a experiência a outras pessoas (familiares, amigos/as).
- Propõem horários mais alargados e a abertura dos museus aos domingos e aos fins-de-semana.

7. Custos (para os visitantes e para os museus)

- Há que ter em consideração que o ‘preço’ de uma visita ao museu supera o preço do bilhete, pois deve ser-lhe adicionado o preço dos transportes (sobretudo quando se trata de visitas de iniciativa individual) e possivelmente também do estacionamento, das refeições, etc. Assim, o preço total pode ser um factor dissuasor da ida a museus. As promoções conjuntas com parceiros (transportes, parques de estacionamento, restaurantes e cafés) ou a instituição de bilhetes-família poderão ser uma solução para este problema, que, devido à crise financeira, irá agravar-se.
- Também se deve procurar facilitar as visitas repetidas. Como acontece com todos os visitantes, os seniores quando gostam voltam e também recomendam. As modalidades propostas, para além do desconto para as visitas repetidas, poderão considerar a oferta de uma entrada gratuita ou de um desconto para a vinda de um outro amigo ou familiar sénior na próxima visita.

- A adaptação de um espaço para se tornar fisicamente acessível pode envolver o investimento de grandes quantias de dinheiro. No entanto, isto não deve ser uma desculpa para não se fazer nada. Há melhorias que se podem fazer com um investimento mínimo, como por exemplo a colocação de fitas aderentes nas escadas e no chão, algo muito pouco utilizado nos museus e que pode beneficiar todos os visitantes.
- Por outro lado, há despesas que vão ocorrer de qualquer forma, como, por exemplo, a produção de painéis e legendas para exposições temporárias. Nestes casos, a adaptação do tamanho da letra, dos contrastes, do posicionamento dos textos e das legendas, da iluminação não envolverá nenhuma despesa extra.
- Apesar dos meios de comunicação *online* serem gratuitos ou baratos, não se deve esquecer que muitos seniores não têm acesso ao computador ou continuam a preferir os suportes de comunicação mais tradicionais. Será um erro pôr abruptamente fim à comunicação com eles.

8. Avaliação

- A avaliação é parte fundamental de qualquer processo de planeamento, porque sem ela, não se pode saber se os objectivos foram atingidos com sucesso, se é preciso mudar ou adaptar algo ou se é mesmo necessário mudar completamente de estratégia.
- São muito poucos os museus que procuram criar um registo escrito da sua reflexão sobre o trabalho desenvolvido com e para o público sénior. Igualmente, não parece haver nos planos de actividades, e relativamente aos objectivos traçados nos mesmos, indicadores que poderão permitir avaliar o sucesso quanto ao cumprimento dos mesmos.
- De igual forma, para se poder fazer esta avaliação é importante o *feedback* dado pelo público-alvo das acções planeadas e executadas, neste caso, do público sénior. Apenas 37% dos museus inquiridos afirmou possibilitar esta avaliação. E mesmo nestes casos, e uma vez que não existe uma reflexão escrita por parte dos museus, não se sabe até que ponto o *feedback* dado é analisado, aproveitado e leva a melhorias e adaptações da oferta do museu.
- A avaliação passa também pela obtenção e manutenção de dados estatísticos rigorosos e fiáveis quanto às visitas. Seria útil se todos os museus, pelo menos os que fazem parte da Rede Portuguesa de Museus, tivessem um registo comum dos visitantes em termos de categorias.

G. LISTA DE GRÁFICOS E QUADROS

Gráficos

Nº	TÍTULO	p.
1	Actividades de tempos livres	15
2	Museus cujo plano de actividades incluía o público sénior	24
3	Museus que fazem referência ao público sénior nos seus objectivos	25
4	Museus que fazem referência ao público sénior na programação	25
5	Museus que fazem referência ao público sénior na informação estatística	25
6	Museus com estacionamento para veículos privados com ocupantes com mobilidade reduzida	26
7	Museus com estacionamento específico para autocarros	27
8	Museus com paragens de transportes públicos perto dos mesmos	27
9	Museus com rampas no exterior	27
10	Museus com sinalização	28
11	Museus com rampa no interior	28
12	Museus com corrimãos	29
13	Museus com piso aderente	29
14	Museus com cadeiras de rodas requisitáveis	29
15	Museus com elevadores acessíveis	30
16	Museus com bancos portáteis de apoio à visita	30
17	Museus com bancos ao longo do percurso expositivo	30
18	Museus com áreas de pausa	31
19	Museus com WC para pessoas com mobilidade reduzida e em cadeira de rodas	31
20	Cumprimento das directivas do manual <i>Museus e Acessibilidade</i> ou outro	32
21	Museus com acompanhamento individual	32
22	Museus com visita guiada aos grupos sénior	33
23	Meios de divulgação dos museus utilizados para chegar ao público sénior	33
24	Instituições utilizadas para divulgação dos museus	34
25	Parcerias institucionais dos museus	34
26	Tipos de parcerias institucionais dos museus	35
27	Museus que possibilitam a avaliação por visitantes seniores	35
28	Museus que promovem a reflexão escrita sobre experiências com visitantes seniores	36
29	Frequência de visita nos últimos 12 meses, sem contar com esta	43
30	Frequência de visitas por faixa etária	43
31	Frequência de visitas por sexo	44
32	Qualificações escolares	45
33	Qualificações escolares por frequência de visita	45
34	Número de visitas por qualificações escolares	46
35	Fonte de informação sobre o museu	47
36	Primeira visita ao museu apesar do seu conhecimento prévio	47
37	Primeira visita ao museu após o conhecimento através de amigos	47
38	Conhecimento do museus por qualificações escolares	48
39	Razão da visita ao museu	49
40	Contexto social da visita	49
41	Companhia na visita por frequência de visitas	50
42	Companhia na visita por qualificações escolares	50
43	Companhia na visita por sexo	51
44	Deslocação ao museu	51
45	Duração aproximada da visita	52
46	Elementos que fizeram falta durante a visita	53
47	Grau de satisfação com a visita	53
48	Classificação de vários parâmetros da visita	54
49	Actividades que mais pratica nos tempos livres	55
50	Tipo de actividades mais praticadas nos tempos livres	56
51	Tipo de actividades mais praticadas por sexo	56
52	Tipo de actividades mais praticadas por faixa etária	57
53	Tipo de actividades mais praticadas por qualificações escolares	58
54	Qualificações escolares por tipo de actividades mais praticadas	58
55	Tipo de actividades mais praticadas por frequência de visitas	59

56	Tipo de experiências procuradas nos tempos livres	60
57	Tipo de experiências procuradas por qualificações escolares	61
58	Tipo de experiências procuradas por faixa etária	61
59	Tipo de experiências procuradas por sexo	62
60	Tipo de experiências procuradas por frequência de visitas	62
61	<i>Focus groups</i> fora de museus por sexo	63
62	<i>Focus groups</i> dentro de museus por sexo	64
63	<i>Focus groups</i> +9º ano por sexo	64
64	<i>Focus groups</i> -9º ano por sexo	64
65	<i>Focus groups</i> fora de museus por idade	65
66	<i>Focus groups</i> +9º ano por idade	65
67	<i>Focus groups</i> -9º ano por idade	65
68	<i>Focus groups</i> dentro dos museus por idade	66
69	<i>Focus groups</i> fora de museus por nível de escolaridade	66
70	<i>Focus groups</i> com -9º ano	66
71	<i>Focus groups</i> com +9º ano	67
72	<i>Focus groups</i> dentro dos museus por nível de escolaridade	67
73	Procuram fora de casa (+9º ano)	71
74	Procuram fora de casa (-9º ano)	71
75	Procuram na visita (+9º ano)	78
76	Procuram na visita (-9º ano)	79
77	Museus no passado (+9º ano)	81
78	Museus no passado (-9º ano)	81
79	Museus no presente (+9º ano)	82
80	Museus no presente (-9º ano)	82
81	Gostariam de ver melhorado (+9º ano)	85
82	Gostariam de ver melhorado (-9º ano)	86
83	Como tomam conhecimento dos museus (+9º ano)	87
84	Como tomam conhecimento dos museus (-9º ano)	87
85	Procuram fora de casa	89
86	Procuram na visita	93
87	Museus no passado	94
88	Museus no presente	94
89	O que gostariam de ver melhorado	96
90	Como tomam conhecimento dos museus	97

Quadros

1	Total de visitas a museus	26
2	Número de visitas por faixa etária	43

H. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E OUTRAS

Livros

Adams. R. (ed) (1995). *Standards manual for signs and labels*. American Association of Museums and the Metropolitan Museum of Art, AAM Professional Practice series.

Beevers, L. et al (1988). *Memories and things: linking museums and libraries with older people*. WEA South East Scotland District.

Cabrera, J. P. e Couvaneiro, C. S. (2009). *Este tempo de ser. Concepções de Espaço e Tempo para um Envelhecimento Positivo*. Instituto Piaget – Coleção Epistemologia e Sociedade.

Chadwick, I. and Stannett, A. (2000). *Museums and adult learning: perspectives from Europe*. Leicester: National Institute of Adult Continuing Education.

Cotter, A. et al. (2001). *Getting Everybody Included*. Magic Me

Dufresne-Tassé, C. (1990). *Approches didactiques et âge des visiteurs*. Université de Montréal

Falk, J. & Dierking, L. (1992) *The museum experience*.

Ferguson, L., Maclulich, C. and Ravelli, L. (1996). *Meanings and messages: language guidelines for museum exhibitions*. Aistralian Museum (Sydney)

Fernandes, A.A (1997). *Velhice e sociedade: Demografia, família e políticas sociais em Portugal*. CELTA

Fernandes, A. A. (2008). *Questões demográficas. Demografia e Sociologia da População*. Lisboa, Edições Colibri e Faculdade de Ciências Sociais e Humana da Universidade Nova de Lisboa

Frances, F. (1999). *The arts and older People: A practical introduction*. Age Concern

Hooper-Greenhil, E. (1994). *Museums and their visitors*. Routledge

Hooper-Greenhil, E. (1994). *The educational role of the museum*. Routledge

Instituto Nacional de Estatística (2002). *O envelhecimento em Portugal: Situação demográfica e socio-económica recente das pessoas idosas*.

Instituto dos Museus e Conservação (2012). *Públicos dos Palácios Nacionais do IMC: Estudo preliminar*. Divisão de Documentação e Divulgação

Instituto Português de Museus (2000). *Inquérito aos Museus em Portugal*.

Instituto Português de Museus (2004). *Museus e acessibilidade*. Série Temas de Museologia.

Jacob, L. (2003). *Caracterização das Uti*. Estudo distribuído no II Encontro Nacional de Universidades e Acadenias Seniores, Universidade Sénior de Almeidim, Almeidim e Santarém, 20 de Março de 2003. Versão policopiada.

Jacob, L. (2007). *Animação de idosos: actividades*. Editora Âmbar, Coleção Idade do Saber.

Jacob, L. (2012). *Universidades Seniores: Criar novos projetos de vida*. Edição especial para o III Congresso Mundial do Envelhecimento Activo, Realizado na Fundação Calouste Gulbenkian. Disponível em: http://www.rutis.org/documentos/conteudos/LivrosdasUniversidadesSeniores_edioPDF.pdf

Kelly, L. et al. (2002). *Energised, engaged, everywhere: older Australians and museums*. Australian Museum and National Museum of Australia.

LANGFORD, S. AND MAYO, S. *Sharing the Experience: How to Set up and Run Arts Projects Linking Younger and Older People*. Magic Me

Observatório das Actividades Culturais e Instituto Português de Museus (2003). *O panorama museológico em Portugal [2000-2003]*.

OCDE (1998). *Maintenir la Prospérité dans une Société Vieillissante*. Document de travail awp 3.2 f, OCDE. Disponível em <http://www.oecd.org/dataoecd/22/6/2428637.pdf>

Santana, P. (2005). *Geografias da saúde e do desenvolvimento. Evolução e tendências em Portugal*. Coimbra, Edições Almedina

OMS (2002). *Vieillir en Restant Actif: Cadre d'Orientation*, Genebra, OMS. Disponível em http://whqlibdoc.who.int/hq/2002/WHO_NMH_NPH_02.8_fre.pdf

Smithsonian Institution. *Smithsonian guidelines for accessible exhibition design*.

Veloso, E. (2003). *Políticas e contextos educativos para os idosos: um estudo sociológico numa Universidade da Terceira Idade em Portugal*. Universidade do Minho, Tese de Doutoramento.

Artigos

Andersen H. C. (2007). "Third Age Tourists at Beamish Open Air Museum". In: *Researching Destination Management, Leeds University: Centre for Tourism and Cultural Change*, p. 1-11.

Barata, C. (2010). "Em 2050 haverá mais velhos do que crianças no mundo". In: *Jornal Público*, 20 Janeiro 2010, p.19.

Coxall, H. (1991). "How language means: na alternative view of museum text". In: Kavanagh, G. (ed), *Museum languages: objects and texts*. Leicester University Press.

Coxall, H. (1991). "Museum text: accessibility and relevance". In: *Journal of Education in Museums*, Vol. 12.

Davies, M. (2000). "Interpretation special: Ekarv text method in practice". In: *Museum Practice*, 13, March 2000.

Davoren, A. (2005). "O Museu Irish de Arte Moderna e os idosos. Um estudo de caso". In: *Boletim cultural CIRA*, nº 9, pp.45-56, Câmara Municipal de Vila Franca de Xira.

Ekarv, M. (1994). "Combating redundancy: writing texts for exhibitions". In: E. Hooper-Greenhill (ed), *The educational role of the museum*. Routledge

Ekarv, M. (1997). "Interpretation case study: Writing readable texts, evaluation of the Ekarv method". In: *Museum Practice*, 5, July 1997.

Gaspar, J. (2009). "O envelhecimento e a dinâmica demográfica na Europa – posicionando Portugal". In: *O Tempo da Vida, Fórum Gulbenkian de Saúde sobre o Envelhecimento*, pp 51-76.

Hood, M. (1983). "Staying away: Why people choose not to visit museums". In: *Museum News*, April 1983.

Kelly, L. (2003). "Research report on older audiences and museums". In: SINGER S. (ed.), *Conceptos educativos que transforman la realidad dentro de nuestros museos: Una misión posible!*, ICOM-CECA, Oaxaca City, México, 2004- CD-ROM .

Magalhães, M. G. (2002). "Projeções da população residente, Portugal, 2000/2050 — que tendências de base para a construção de hipóteses?". In *Revista de Estudos Demográficos*, 32, INE, pp. 51-57.

Martins, M.H .P. e Silva, C. M. (2006). "Characteristics of Senior Audiences and the Experience of the Contemporary Art Museum of São Paulo". In: *Familles, écoliers et personnes âgées au musée: Recherches et perspectives*, pp 103-111,(éd.) Colette Dufresne-Tassé, Paris (ICOM CECA).

Mendes, A. (2005). "A geração de idosos iletrados está a terminar e é preciso repensar novas soluções". In: *Jornal Público*, 4 Outubro 2005, p.22.

Mulhearn, D. (2010). "Senior Service: Attracting Older Audiences". In: *Museum Practice*, 49, March 2010.

Museum of Modern Art – MOMA. *The MOMA Alzheimer's project: Making art accessible to people with dementia – A guide for museums*.

Neves, J.S. e Santos, .A. (2005). *Os museus em Portugal no período 2000-2005: Dinâmicas e tendências*. OAC

Reich, C. and Borun, M. "Exhibit accessibility and the senior visitor: Assesment session findings for 'Secrets of aging'". In: Website of Museum of Science, Boston (www.mos.org)

Veloso, E. (2007). "Contributos para a análise da emergência das Universidades da Terceira Idade em Portugal". In: *Revista Portuguesa de Pedagogia*, Ano 41 – 2, p.233 – 258.

Veloso, E. (2009). "Terceira Idade: uma construção social". In: *Revista Galeco-Portuguesa de Psicologia e Educación*, vol.17, n.º 1-2, p. 9-21.

OUTROS RECURSOS

Arts and Older People: Good Practice Guidance. Resource Pack (2001). Age Concern, England.

Creativity Matters: The Arts and Aging Toolkit (2008). National Center for Creative Aging, Washington DC

Instituto Nacional de Estatística *Censos 2011: Resultados pré-definitivos* (press release, 3 Fevereiro 2012)

Notícias Magazine #913 – 22 Novembro de 2009. Especial Seniores.

Older People and Voluntary Arts: Steps to Meaningful Participation (2007). Briefing 104, Voluntary Arts Network

Sénior Fórum Magazine, Ano 1, nº1, Janeiro de 2005.

LINKS

Age & Opportunity www.olderinireland.ie

Age UK www.ageuk.org.uk

Culture on wheels - Keywork with senior citizens www.kulturkontakt.or.at

ENTRAGES www.entrages.be

European Network for Age and Culture www.age-culture.net

European Reminiscence Network www.europeanreminiscencenetwork.org

FEDUATI – Federação Portuguesa das Universidades e Associações para a Terceira Idade www.feduati.pt

Guia da visita – Público Sénior, Museu do Papel Moeda – Fundação Dr. António Cupertino de Miranda

www.facm.pt / <http://museudopapelmoeda.blogspot.com>

Juventude Idosa www.juventudeidosa.blogspot.com

Museums Galleries and Lifelong Learning - Are Museums doing enough to attract older audiences - Are older people doing enough for museums? Symposium, 8-9 November 2007

<http://artsireland.files.wordpress.com/2007/10/ngi-7-1.pdf>

Património Cultural e aprendizagem na 3ª e 4ª idades, Suécia, Congresso: 4 e 5 de Fevereiro 2009

<http://www.nckultur.org/media/inbjudaneng.pdf>

RUTIS - Rede de Universidades da Terceira Idade www.rutis.pt

I. ANEXOS

ANEXO 1 INQUÉRITO AOS MUSEUS DA REDE PORTUGUESA DE MUSEUS



Nome do museu

Nome do responsável pelo preenchimento do questionário

Contacto (telefone e e-mail)

INQUÉRITO MUSEUS E PÚBLICO SÉNIOR MUSEUS RPM

O GAM - Grupo para a Acessibilidade nos Museus está a realizar um inquérito com o objectivo de estudar a relação dos museus em Portugal com o público sénior e o serviço que lhe é prestado. Solicitamos e agradecemos a sua colaboração, respondendo este questionário.

Este estudo é realizado em parceria com o Comité Nacional do Conselho Internacional dos Museus (ICOM), com o apoio da Fundação Calouste Gulbenkian e com o apoio institucional da Rede Portuguesa de Museus.

A. PÚBLICO-ALVO

1. Anos em que o público sénior foi contemplado no plano de actividades:

2011

2010

2009

2. Referência ao público sénior:

Nos objectivos

Na programação

Na informação estatística

B. ESTATÍSTICA

3. Estatísticas de público sénior (+ 65 anos), em números absolutos (se não existem de todo, avançar para a secção C):

Totais anuais visitantes museu	Totais anuais visitas individuais sénior	Totais anuais visitas em grupo sénior (nº de pessoas)
2010:	2010:	2010:
2009:	2009:	2009:
2008:	2008:	2008:

C. PROGRAMAÇÃO

4. Programação específica para o público sénior nos últimos três anos (se não existiu de todo, avançar para a secção D):

1. CURSOS

Ano	Designação do(s) curso(s)	Nº participantes sénior
2010		
2009		
2008		

2. VISITAS GUIADAS TEMÁTICAS PARA PÚBLICO SÉNIOR

Ano	Tema / Exposição à qual se associa (se for o caso)	Nº participantes sénior
2010		
2009		
2008		

3. PROGRAMAÇÃO EXPOSITIVA VOCACIONADA PARA PÚBLICO SÉNIOR

Ano	Tema	Nº participantes sénior
2010		
2009		
2008		

4. OUTROS EVENTOS

Ano	Tipo / Nome	Nº participantes sénior
2010		
2009		
2008		

D. ACESSIBILIDADE

5. Situação actual do museu no que diz respeito a:

1. ESPAÇO EXTERIOR

	Sim	Não
Estacionamento específico para veículos privados com ocupantes com mobilidade reduzida		
Estacionamento específico para autocarros		
Paragens de transportes públicos perto do museu		
Rampas no exterior		
Sinalização		

Observações /esclarecimentos:

2. ESPAÇO INTERIOR

	Sim	Não
Rampas no interior		
Corrimãos		
Piso aderente		
Cadeiras de rodas requisitáveis		
Elevadores acessíveis		
Bancos portáteis de apoio à visita		
Bancos ao longo do percurso expositivo		
Áreas de pausa		
Casas de banho para pessoas com mobilidade reduzida e em cadeira de rodas		

Observações /esclarecimentos:

3. INFORMAÇÃO

O Museu segue as directivas do manual Museus e Acessibilidade, publicado pelo Instituto Português de Museus em 2004 (ou outro manual similar*) no que diz respeito a:

	Sim	Não
Textos escritos em linguagem fácil		
Tamanho da letra nos textos		
Contrastes na cor da letra e do fundo		
Posicionamento dos textos		
Exposição dos objectos		
Iluminação de textos e objectos		

*indique qual: _____

Observações /esclarecimentos:

4. ACOLHIMENTO

	Sim	Não
Acompanhamento individual		
Visita guiada aos grupos sénior		

Observações /esclarecimentos:

E. DIVULGAÇÃO

6. Meios de divulgação privilegiados para chegar ao público sénior:

	Sim	Não
Televisão		
Rádio		
Rádio local		
Jornal		
Jornal local		
E-mail /newsletter do museu		
Site do Museu		
Folhetos e outros materiais de divulgação do museu		
Agenda cultural		

Outros. Quais?

7. Instituições privilegiadas para fazer chegar a divulgação ao público sénior

	Sim	Não
Universidades da 3ª Idade		
Lares / Centros de dia / Residências Assistidas		
Centros paroquiais		
Juntas de freguesia		

Outros. Quais?

F. PARCERIAS

8. Instituições parceiras na relação com o público sénior

	Sim	Não
Universidades da 3ª Idade		
Lares / Centros de dia		
Centros paroquiais		
Juntas de freguesia		

Outras. Quais?

9. Tipo de parceria estabelecida:

	Sim
Consultoria	
Divulgação	
Avaliação	
Desenvolvimento de projectos	

Outro. Qual?

G. AVALIAÇÃO

10. Avaliação feita pela equipa do museu

	Sim	Não
Possuem alguma reflexão escrita sobre experiência com visitantes seniores?		

Observações /esclarecimentos:

11. Avaliação feita pelos visitantes

	Sim	Não
Possuem alguma avaliação feita por visitantes seniores?		

Observações /esclarecimentos:

H. OUTROS

Pedimos que indiquem outras experiências que eventualmente não constem no questionário.

ANEXO 2**LISTAGEM DOS MUSEUS DA RPM QUE RESPONDERAM AO INQUÉRITO**

Região Norte
Casa-Museu Abel Salazar
Casa-Museu de Camilo
Casa-Museu Guerra Junqueiro
Museu Bernardino Machado
Museu da Casa Grande
Museu da Indústria da Chapelaria
Museu Convento dos Lóios
Museu D. Diogo de Sousa
Museu do Papel Moeda da Fundação Cupertino de Miranda
Museu da Fundação Maria Isabel Guerra Junqueiro
Museu da Quinta de Santiago / Centro de Arte de Matosinhos
Museu da Terra de Miranda
Museu de Alberto Sampaio
Museu de Arqueologia e Numismática de Vila Real
Museu de Arte Contemporânea de Serralves
Museu de Lamego
Museu de Olaria
Museu do Carro Eléctrico
Museu do Papel Moeda
Museu do Papel Terras de Santa Maria
Museu do Traje de Viana do Castelo
Museu dos Biscaínhos
Museu dos Transportes e Comunicações
Museu Municipal Abade Pedrosa
Museu Municipal Amadeo de Souza Cardoso
Museu Municipal de Etnografia e História da Póvoa de Varzim
Museu Municipal de Penafiel
Museu de Arte e Arqueologia de Viana do Castelo
Museu Nacional de Soares dos Reis
Museu Pio XII
Museu Regional de Paredes de Coura
Paço dos Duques de Bragança
Região Centro
Museu da Guarda
Museu da Imagem em Movimento
Museu de Aveiro
Museu de Francisco Tavares Proença Júnior
Museu de Grão Vasco
Museu do Caramulo
Museu Escolar de Marrazes
Museu Marítimo de Ílhavo
Museu Monográfico de Conímbriga
Museu Municipal de Coimbra
Museu Nacional de Machado de Castro
Região de Lisboa e Vale do Tejo
Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves
Casa-Museu Leal da Câmara
Ecomuseu Municipal do Seixal
Museu Anjos Teixeira
Museu Arqueológico do Carmo

Museu Arqueológico São Miguel de Odrinhas
Museu de Arte Pré-Histórica e do Sagrado do Vale do Tejo
Museu-Biblioteca Condes de Castro Guimarães
Museu Calouste Gulbenkian
Museu da Carris
Museu da Água
Museu da Fundação Arpad Szenes – Vieira da Silva
Museu de História Natural de Sintra (Coleção Miguel Barbosa)
Museu da Música
Museu da Música Portuguesa – Casa Verdades de Faria
Museu da Pólvora Negra
Museu das Comunicações
Museu de Arte Sacra e Etnologia
Museu de Cerâmica
Museu de Cerâmica de Sacavém
Museu de Ciência da Universidade de Lisboa
Museu de José Malhoa
Museu de São Roque
Museu de Setúbal - Convento de Jesus
Museu do Ar
Museu do Brinquedo
Museu do Chiado - Museu Nacional de Arte Contemporânea
Museu do Trabalho Michel Giacometti
Museu Etnográfico e Arqueológico Dr. Joaquim Manso
Museu Ferreira de Castro
Museu Municipal Carlos Reis
Museu Municipal de Alcochete
Museu Municipal de Benavente - Dr. António Gabriel Ferreira Lourenço
Museu Municipal de Coruche
Museus Municipais de Loures
Museu Municipal de Santarém
Museu Municipal de Vila Franca de Xira
Museu Municipal Leonel Trindade
Museu Nacional de Arqueologia
Museu Nacional de Arte Antiga
Museu Nacional de Etnologia
Museu Nacional do Azulejo
Museu Nacional do Teatro
Museu Nacional do Traje
Museu Nacional dos Coches
Palácio Nacional da Ajuda
Palácio Nacional de Mafra
Palácio Nacional da Pena
Palácio Nacional de Queluz
Palácio Nacional de Sintra
Região do Alentejo
Museu Biblioteca da Casa de Bragança - Paço Ducal de Vila Viçosa
Museu da Luz
Museu de Mértola
Museu Municipal de Aljustrel
Museu Municipal de Ferreira do Alentejo
Museu Municipal de Santiago do Cacém
Museu Rainha D. Leonor/Museu Regional de Beja

Região do Algarve
Museu Municipal de Arqueologia de Albufeira
Museu Municipal de Faro
Museu de Portimão
Açores
Museu Carlos Machado
Museu da Graciosa
Museu da Horta
Museu das Flores
Museu de Angra do Heroísmo
Museu de Santa Maria
Museu Francisco de Lacerda
Museu do Pico / Museu dos Baleeiros
Madeira
Casa-Museu Frederico de Freitas
Museu da Quinta das Cruzes
Museu de Arte Sacra

ANEXO 3

GUIÃO ENTREVISTAS DIRECTORES/RESPONSÁVEIS DOS MUSEUS

1. Como define o público sénior?
2. Como define o público sénior que visita este Museu?
3. O que é que este público representa para os museus?
4. O que é que este público representa para o seu museu?
5. Em que medida a programação do Museu está dirigida ao público sénior?
6. Que actividades/ serviços?
7. Que preocupações ligadas às acessibilidades para este público específico?
8. Que parcerias?
9. Como vê a relação dos museus com o público sénior no futuro próximo?
10. Que meios de comunicação são usados para chegar ao público sénior?

ANEXO 4 INQUÉRITO AOS VISITANTES DOS MUSEUS



A ser preenchido pelo
museu:

Data

Hora

A ser preenchido pela
coordenação:

Nº

INQUÉRITO

O GAM - Grupo para a Acessibilidade nos Museus está a realizar um inquérito com o objectivo de estudar a relação dos museus em Portugal com os visitantes que têm 65 anos ou mais e o serviço que lhe é prestado. Este estudo é realizado em parceria com o Comité Nacional do Conselho Internacional dos Museus (ICOM) e com o apoio da Fundação Calouste Gulbenkian.

Solicitamos e agradecemos a sua colaboração, respondendo a este questionário.

INDIQUE AS SUAS OPÇÕES COLOCANDO UM CÍRCULO À VOLTA DA RESPOSTA

1. Quantas vezes visitou museus nos últimos 12 meses, sem contar com a visita de hoje?

1. Uma vez
2. Duas vezes
3. Três a cinco vezes
4. Seis vezes ou mais
5. Não visitei nenhum museu nos últimos 12 meses

2. É a primeira vez que vem ao Museu _____ ?

1. Sim
2. Não

3. Como soube da existência deste Museu?

1. Sempre soube, é um museu conhecido
2. Ia a passar
3. Amigos / Familiares / Colegas
4. Folheto / Cartaz/ Newsletter do Museu
5. Agenda cultural
6. Internet
7. E-mail
8. Jornal / Revista
9. Rádio
10. TV
11. Instituição Social
12. Não me lembro
13. Outro. Qual? _____

4. Com quem veio hoje ao Museu?

1. Sozinho
2. Com cônjuge / companheiro(a)
3. Com netos
4. Com outros familiares
5. Com amigos
6. Outro. Quem? _____

5. Como se deslocou hoje ao Museu?

1. De carro
2. De transporte público (autocarro, metro, comboio)
3. De transporte organizado (autocarro alugado)
4. De táxi
5. A pé
6. Outro. Qual? _____

6. Porque que razão veio hoje visitar este Museu? (escolha apenas 1 resposta)

1. Vinha a passar e entrei
2. Porque quis conhecer
3. Porque gosto de vir a este museu
4. Para visitar uma exposição nova
5. Para mostrar à família ou a amigos
6. Porque alguém me convidou / sugeriu esta visita
7. Outro. Qual? _____

7. Quanto tempo durou aproximadamente a sua visita?

1. Menos de 1 hora
2. Mais de 1 e menos de 2 horas
3. Mais de 2 e menos 3 horas
4. Mais de 3 horas

8. De uma forma geral, e numa escala de 1 a 4, como classifica a experiência de ter visitado

este Museu?

1. Não gostei nada
2. Não gostei
3. Gostei
4. Gostei muito

9. Relativamente à sua visita, e na mesma escala de 1 a 4, como classifica os seguintes aspectos:

Escala: 1. Não gostei nada 2. Não gostei 3. Gostei 4. Gostei muito					Não sei / Não respondo	Não usei / Não precisei
Acesso físico ao edifício	1	2	3	4		
Sinalização no exterior do edifício	1	2	3	4		
Sinalização no interior do edifício	1	2	3	4		
Conteúdos dos folhetos fornecidos pelo museu	1	2	3	4		
Interesse da(s) exposição (-ões)	1	2	3	4		
Facilidade em ler os textos explicativos e as legendas (tamanho da letra, iluminação)	1	2	3	4		
Facilidade em entender os textos explicativos e as legendas da exposição	1	2	3	4		
Iluminação do espaço	1	2	3	4		
Iluminação das peças em exposição	1	2	3	4		
Temperatura nas salas	1	2	3	4		
Zonas de descanso	1	2	3	4		
Casas de banho	1	2	3	4		
Atendimento pelos funcionários	1	2	3	4		

10. Dos seguintes elementos, quais lhe fizeram falta durante a sua visita?

1. Rampas
2. Corrimãos
3. Piso aderente
4. Elevadores
5. Cadeira de rodas
6. Bancos portáteis
7. Zonas de descanso
8. Casas de banho adaptadas
9. Iluminação suficiente
10. Orientação no exterior para chegar à entrada do museu
11. Orientação para encontrar o caminho no interior do museu
12. Uma visita guiada
13. Audioguias
14. Nenhum
15. Outro. Qual? _____

Alguns dados sobre si:

11. Sexo

1. Masculino 2. Feminino

12. Idade

_____ anos

13. Qualificações escolares

1. Instrução primária incompleta
2. Instrução primária completa
3. 9º ano ou antigo 5º ano
4. 12º ano ou antigo 7º ano
5. Curso médio (curso comercial, industrial)
6. Curso superior completo (licenciatura, mestrado, doutoramento)

14. Exerce actualmente uma profissão?

1. Sim 2. Não (passar à pergunta 18)

15. Se sim, qual? _____

16. Se não, qual foi a sua última profissão? _____

17. Concelho de residência _____

18. Leia com atenção as seguintes opções e indique as 5 actividades mais frequentes com as quais ocupou os seus tempos livres nos últimos 12 meses:

1. Pratiquei actividades ao ar livre (campo, praia, passear, jardinagem, etc.)
2. Fui a cafés / pastelarias
3. Passeei em centros comerciais
4. Passei tempo com pessoas amigas
5. Pratiquei desporto
6. Assisti a actividades desportivas
7. Fui a concertos
8. Fui ao cinema
9. Fui a museus e exposições
10. Fui a espectáculos de teatro / dança
11. Li livros
12. Li jornais e/ou revistas
13. Vi televisão / DVDs
14. Naveguei na Internet
15. Fui ao centro de dia
16. Fiz voluntariado
17. Particpei em cursos livres (por exemplo, Universidade da Terceira Idade)
18. Tomei conta de netos/ familiares
19. Fui à igreja / actividades ligadas à igreja
20. Outro. Qual? _____

19. Nos seus tempos livres procura: (escolha apenas 3 respostas, as mais importantes para si)

1. Aprender
2. Conviver
3. Divertir-me
4. Ter novas experiências
5. Participar
6. Sentir-me bem

Sugestões ou comentários que queira deixar:

Muito obrigado pela sua disponibilidade!
Por favor, entregue este questionário a um funcionário do museu.

ANEXO 5
GUIÃO FOCUS GROUPS



Local:	Tipo: <i>Focus group fora/dentro dos museus</i>
Data:	
Hora:	Escolaridade:
	Número de participantes:

FOCUS GROUP
MUSEUS E PÚBLICO SÉNIOR

1. Hábitos actuais de ocupação de tempos livres (15m)

- 1.1 O que fazem para ocupar o tempo livre, dentro e fora de casa?
- 1.2 Quando saem, costumam ir sozinhos ou acompanhados? Com quem?
- 1.3 O que gostariam de fazer mais nos tempos livres?
- 1.4 Na vossa ocupação de tempos livres fora de casa, que tipos de experiências procuram? (mostrar cartão)

CARTÃO 1a

- Aprender
- Conviver
- Divertir-me
- Ter novas emoções e sensações

2. Representação de “museu” (10m)

- 2.1 O que é entendem por “museu”?

3. Experiências nos museus ao longo da vida (25m)

- 3.1 Qual a experiência mais antiga de museu de que têm memória? Em que museu, quando, com quem?
- 3.2 Recordam-se de algum objecto em específico?
- 3.3 Qual a experiência mais marcante que tiveram num museu? Em que museu, quando, com quem?
- 3.4 Que museus conhecem ou têm visitado nos últimos 12 meses? Habitualmente com quem?

- 3.5 O que os motiva e encoraja a visitarem um museu?
- 3.6 O que os impede ou condiciona a visitarem um museu?
- 3.7 Na vossa visita a museus, que tipo de experiência mais procuram? (mostrar cartão)

CARTÃO 1b

- Aprender
- Conviver
- Divertir-me
- Ter novas emoções e sensações

4. Representação de “museu” no passado/presente (25m)

- 4.1 Como experienciaram o “museu” no passado (mostrar cartão)
- 4.2 Como vêem o museu no presente? (voltar a mostrar cartão)

CARTÃO 2a e 2b

- Escola (espaço de aprendizagem)
- Centro comunitário (espaço de convívio)
- Templo (espaço solene de ritual)
- Centro cultural (espaço moderno polivalente)
- Biblioteca (espaço de arquivo/acervo)
- Centro recreativo (espaço de diversão)

- 4.3 Como é que acham que os museus poderiam ser melhorados em geral?
- 4.4 Como é que acham que os museus poderiam ser melhorados para os visitantes seniores? (mostrar cartão)

CARTÃO 3

Acesso
Sinalização
Atendimento
Respeito
Mobilidade
Conforto
Facilidade de leitura
Preço
Divulgação

5. Canais de comunicação usados e privilegiados (10m)

5.1 De uma forma geral, através de que forma é que têm conhecimento das actividades dos museus? (mostrar cartão)

CARTÃO 4

- Amigos / Familiares / Colegas
- Folheto / Cartaz/ Newsletter do Museu
- Agenda cultural
- Internet
- E-mail
- Jornal / Revista
- Rádio
- TV
- Instituição Social
- Lares / Centros de dia / Residências Assistidas
- Centros paroquiais
- Juntas de freguesia

6. Comentários finais (5m)

6.1 Existe alguma questão que não tenha sido abordada que queiram debater?

6.2 Há mais alguns comentários ou sugestões que queiram fazer?

ANEXO 6
LISTAGEM DAS INSTITUIÇÕES PARTICIPANTES NOS *FOCUS GROUPS*

Região Nuts II	Localidade	Instituição	Contacto Responsável
Região Norte	Porto, Gondomar	Universidade Sénior	José António Macedo
Região Norte	Porto, Gondomar	Junta de Freguesia de Gondomar	Manuel Solla
Região Centro	Viseu, Viseu	Universidade Terceira Idade de Viseu	António Góis Madeira
Região Centro	Viseu, Canas de Senhorim	Centro Paroquial de Canas de Senhorim	Sandra Sousa e Silva
Região Lisboa	Lisboa, Cascais, Parede	Residência Sénior - Cruz Vermelha Portuguesa	Aida Marques
Região Lisboa	Lisboa, Cascais, Parede	Paróquia Parede	Alexandra Chim
Região Alentejo	Beja	RUTIS - Universidade Sénior de Beja	Catarina Cerol
Região Alentejo	Beja	RUTIS -Universidade Sénior de Beja	Catarina Cerol
Região Algarve	Faro, Faro	ARPI	Cristina Fernandes
Região Algarve	Faro, Faro	ARPI	Cristina Fernandes