



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

**Museus e público sénior: encontro entre as perspetivas da oferta e da procura.
Estudo de caso no município de Lisboa.**

Jéssica Sofia Sá Fernandes

Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura

Orientadora:
Doutora Sofia Costa Macedo, Professora Auxiliar Convidada,
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2023



SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS

Departamento de História

**Museus e público sénior: encontro entre as perspetivas da oferta e da procura.
Estudo de caso no município de Lisboa.**

Jéssica Sofia Sá Fernandes

Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura

Orientadora:
Doutora Sofia Costa Macedo, Professora Auxiliar Convidada,
ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2023

Por uma sociedade mais justa para todos nós que somos ou seremos idosos.

Agradecimentos

No princípio, o mais importante: a gratidão. A cada pessoa que acreditou no potencial e pertinência deste estudo. A todos os que aceitaram pensar esta temática e refletir sobre as suas instituições e práticas. Àqueles que partilharam a sua realidade e convicções. Obrigada:

À EGEAC, a Pedro Moreira.

Ao Atelier-Museu Júlio Pomar, a Sara Martos e Rita Salgueiro.

À Casa Fernando Pessoa, a Clara Riso, Teresa Ramos e Andreia Almeida.

Ao Museu Bordalo Pinheiro, a João Alpuim Botelho, Liliana Pina, Inês Noivo e Francesca Casolino.

Ao Museu da Marioneta, a Ana Paula Correia, Margarida Carvalho, Margarida Ferra e Rafael Alexandre.

Ao Museu de Lisboa, a Joana Sousa Monteiro e David Felismino.

Ao Museu do Fado, a Sara Pereira e a toda a equipa.

À Associação Portuguesa dos Amigos dos Castelos, a Margarida Valla, Joana Pinho e Rosa Alves.

Ao Centro Social e Paroquial de Nossa Senhora da Penha de França, a António Ilhicas e Liliana Miranda.

À ERPI Nossa Senhora do Carmo da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, a Rita Marques Silva.

Ao Espaço Briosos de Alvalade, a Ana Almeida, Maria da Graça Correia e Ana Burguière.

À Fundação INATEL, a Ana Maciel.

À Junta de Freguesia de Campolide, a Miguel Marques, Raquel Silva, Patrícia Pesqueira e Inês Brito.

À Universidade Sénior de Santa Maria Maior, a Ana Fernandes.

A todas as 113 pessoas seniores e 14 instituições que participaram de forma voluntariosa neste estudo, com entusiasmo e gentileza.

À professora Sofia Costa Macedo, minha orientadora, inspiração durante todo o mestrado, profissional exímia, guia e apoio constante no decurso da elaboração desta dissertação.

Ao Carlos e a todas as minhas pessoas – família e amigos, que me acompanham, motivam e ajudam todos os dias, especialmente durante a frequência deste mestrado.

Sem vocês, este sonho não se teria tornado real. Obrigada.

Resumo

Os museus desempenham um papel relevante na sociedade e nas comunidades onde se inserem. De entre os seus objetivos consta o compromisso para com a democracia cultural. Os seus públicos são cada vez mais alargados e diversificados. Neles se inserem os idosos.

Portugal, país em forte envelhecimento demográfico, tem procurado agir no âmbito do envelhecimento ativo, fomentando a qualidade de vida dos cidadãos. A cultura e os museus contribuem para este objetivo ao promoverem a educação ao longo da vida, a participação, a acessibilidade, a inclusão social, a saúde e o bem-estar.

Os benefícios da relação entre museus e população sénior são diversificados e interessa potenciá-los, pois este público está a aumentar e o seu perfil a mudar. Ainda que heterogéneo, a tendência é a de uma pessoa idosa mais saudável, com nível de formação mais alto, maior disponibilidade financeira e de tempo, mais informado e mais ativo socioculturalmente.

Apresenta-se um estudo de caso no município de Lisboa, com o contributo de seis museus municipais, sete instituições ativas junto dos adultos mais velhos e dos próprios visitantes dos museus. Recolheram-se dados primários e secundários, numa abordagem de pesquisa mista, resultando no confronto entre as duas perspetivas – a oferta e a procura.

Os resultados apontam para uma relação benéfica a vários níveis, com tendência para aprofundamento. Encontraram-se aspetos bem sucedidos e de alinhamento entre as partes, mas também alguns a melhorar. O trabalho de proximidade e continuidade, as parcerias oferta/procura, determinadas questões da comunicação e a oferta dirigida podem ser maximizados.

Palavras-chave: museu; público sénior; educação ao longo da vida; idoso; envelhecimento ativo.

Abstract

Museums play an important role in society and in their communities. Among their objectives there is the commitment to cultural democracy, when facing increasingly extended and diverse publics. These include the elderly.

Portugal, a country experiencing a strong demographic ageing, has sought to act within the scope of active ageing, promoting the quality of life of its citizens. Culture and museums contribute to this goal by promoting lifelong education, participation, accessibility, social inclusion, health and well-being.

The benefits of the relationship between museums and senior population are diverse and it is interesting to assess them, since senior audiences of culture are increasing, and their profile is changing. Despite being heterogeneous, today's elders are healthier, have higher levels of education, greater financial and time availability and are more aware and sociocultural active.

A case study in the municipality of Lisbon is presented, with contributions of six municipal museums, seven institutions that are active among older adults, and museum visitors. Primary and secondary data were collected, in a mixed methods approach, resulting in the confrontation between the two perspectives – supply and demand.

The results indicate a beneficial relationship at different levels, which will become increasingly stronger. Successful aspects and agreements among both parties were found, as well as some others to improve. Proximity and continuity work, supply/demand partnerships, certain communication issues and targeted supply can be maximized.

Keywords: museum; senior audience; lifelong education; elderly; active ageing.

Índice

Resumo.....	iii
Abstract	v
Índice de Quadros.....	x
Índice de Figuras	x
Glossário de Siglas	xii
Introdução.....	1
CAPÍTULO 1	3
Enquadramento Teórico	3
1.1. O Museu	3
1.1.1. Realidade Museológica Portuguesa	5
1.1.2. Inclusão e Acessibilidade em Museus.....	7
1.1.2.1. Dimensões da Acessibilidade	9
1.1.3. Função Educativa dos Museus	12
1.1.3.1. Serviços Educativos (SE).....	14
1.1.3.2. Educação ao Longo da Vida	16
1.2. O Idoso	17
1.2.1. Envelhecimento Demográfico em Portugal	18
1.2.2. Envelhecimento Ativo.....	20
1.2.3. Práticas Culturais dos Idosos.....	22
1.2.4. Perfil do «Novo Idoso»	24
1.3. O Museu e o Idoso – Que Relação?	26
CAPÍTULO 2.....	35
Estratégia Metodológica.....	35
2.1. Objetivos.....	35
2.2. Estudo de Caso	36
2.3. Métodos de Pesquisa	37
2.3.1. Entrevistas	38
2.3.2. Questionários.....	42
2.4. Potencialidades e Limitações do Estudo	44
2.5. Apresentação dos Entrevistados	45
2.5.1. EGEAC.....	45

2.5.1.1.	Museu Bordalo Pinheiro	45
2.5.1.2.	Museu de Lisboa	45
2.5.1.3.	Casa Fernando Pessoa	46
2.5.1.4.	Museu da Marioneta	46
2.5.1.5.	Atelier-Museu Júlio Pomar	46
2.5.1.6.	Museu do Fado.....	46
2.5.2.	Instituições com Atividade junto de Pessoas Seniores.....	46
2.5.2.1.	Centro de Dia do CSP de N ^a Senhora da Penha de França	46
2.5.2.2.	Universidade Sénior «Saber Maior»	47
2.5.2.3.	INATEL – Turismo.....	47
2.5.2.4.	Junta de Freguesia de Campolide	47
2.5.2.5.	Associação Portuguesa dos Amigos dos Castelos	48
2.5.2.6.	Espaço Briosos Alvalade	48
2.5.2.7.	ERPI Nossa Senhora do Carmo – SCML	48
CAPÍTULO 3.....		49
Apresentação e Análise dos Resultados		49
3.1.	Do Lado da Oferta	49
3.1.1.	A EGEAC.....	49
3.1.2.	Os Museus	51
3.1.2.1.	Estatística de Visitantes Seniores.....	52
3.1.2.2.	Condições de Acesso e Modo de Visita.....	53
3.1.2.3.	Acessibilidades	55
3.1.2.4.	Oferta de Atividades	57
3.1.2.5.	Visão dos Museus Quanto ao Público Sénior	60
3.1.2.6.	Preocupações e Estratégias de Acolhimento.....	61
3.1.2.7.	Caraterização do SE e Extensão dos Museus às Instituições.....	64
3.1.2.8.	Divulgação e Parcerias.....	65
3.1.2.9.	Desafios Sentidos com o Público Sénior e Impacto da COVID-19.....	67
3.1.2.10.	Avaliação e Objetivos para o Futuro	68
3.2.	Do Lado da Procura	70
3.2.1.	As Instituições	70
3.2.1.1.	Caraterização dos Participantes das Instituições.....	70
3.2.1.2.	Papel dos Museus no Envelhecimento Ativo e Parcerias	70
3.2.1.3.	Frequência de Museus e Satisfação Geral	72

3.2.1.4.	Acessibilidade Física e Intelectual.....	73
3.2.1.5.	Profissionais de Museus.....	75
3.2.1.6.	Dificuldades Encontradas e Razões para não Visitar Mais Museus	75
3.2.1.7.	Oferta dos Museus e Comunicação.....	77
3.2.1.8.	Atividades sobre Museus Dentro da Instituição	79
3.2.1.9.	Relação e Impacto das Visitas a Museus nos Participantes da Instituição ..	79
3.2.1.10.	Experiência com Museus Geridos pela EGEAC	81
3.2.2.	As Pessoas Seniores	83
3.2.2.1.	Caraterização Sociodemográfica	83
3.2.2.2.	Visita a Museus: Frequência e Contexto	85
3.2.2.3.	Visita a Museus da EGEAC.....	87
3.2.2.4.	Motivações para a Visita.....	88
3.2.2.5.	Avaliação da Visita	89
3.2.2.6.	Questão Aberta.....	92
3.3.	Conclusões Gerais e Discussão dos Resultados	93
	Conclusão	99
	Fontes	103
	Legislação Internacional.....	103
	Legislação Nacional	103
	Fontes Administrativas Portuguesas.....	103
	Fontes Estatísticas.....	104
	Fontes Administrativas Internacionais	104
	Fontes Orais.....	105
	Bibliografia.....	106
	ANEXOS.....	I
	Anexo A – Estrutura etária da população portuguesa, 2011-2021	I
	Anexo B – Guião da entrevista aos museus municipais de Lisboa	II
	Anexo C – Guião da entrevista ao presidente do conselho de administração da EGEAC ...	IV
	Anexo D – Guião da entrevista às instituições que trabalham com pessoas seniores	V
	Anexo E – Questionário	VII

Índice de Quadros

Quadro 1 - Entrevistas aos museus municipais de Lisboa.	39
Quadro 2 - Entrevistas às instituições que trabalham com pessoas seniores.	40
Quadro 3 - Entrevista ao representante da EGEAC.	41
Quadro 4 - Distribuição dos questionários preenchidos por museu.	43
Quadro 5 - Visitantes seniores dos museus municipais de Lisboa, em 2022.	52
Quadro 6 - Tópicos da acessibilidade referidos pelos museus entrevistados.	56
Quadro 7 - Projetos dirigidos ao público sénior nos museus municipais de Lisboa.	60
Quadro 8 - Práticas de acolhimento aos grupos de pessoas seniores nos museus entrevistados.	64
Quadro 9 - Desafios sentidos pelos museus entrevistados com respeito ao público sénior.	67
Quadro 10 - Benefícios dos museus para o envelhecimento ativo segundo as instituições entrevistadas.	71
Quadro 11 - Dificuldades e razões das instituições para não visitar mais museus.	77
Quadro 12 - Respostas à questão aberta do questionário.	93

Índice de Figuras

Figura 1 - Museus geridos pela EGEAC visitados pelas instituições entrevistadas.	81
Figura 2 - Sexo dos inquiridos.	83
Figura 4 - Inquiridos reformados ou aposentados.	84
Figura 3 - Inquiridos residentes no concelho de Lisboa.	84
Figura 5 - Nível de formação escolar dos inquiridos.	84
Figura 6 - Frequência de museus por faixa etária dos inquiridos.	85
Figura 7 - Frequência de museus por sexo dos inquiridos.	86
Figura 8 - Frequência de museus por nível de formação escolar dos inquiridos.	86
Figura 9 - Inquiridos que visitaram os museus geridos pela EGEAC.	87
Figura 10 - Motivações dos inquiridos para a visita ao museu.	88
Figura 11 - Elementos que os inquiridos mais apreciaram na visita.	89
Figura 12 - Aspetos que correram menos bem na visita dos inquiridos, por museu.	90
Figura 13 - Dificuldades sentidas na visita dos inquiridos, por museu.	91
Figura 14 - Respostas às questões 11, 12 e 13 por nível de formação escolar dos inquiridos.	91

Glossário de Siglas

AML – Área Metropolitana de Lisboa

ASC – Animação Sociocultural

DGPC – Direção Geral do Património Cultural

EGEAC – Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural, E.M.

EPMN – Estudo de Públicos de Monumentos Nacionais

ERPI – Estrutura Residencial para Pessoas Idosas

ICOM – *International Council of Museums*

INE – Instituto Nacional de Estatística

OMS – Organização Mundial de Saúde

ONU – Organização das Nações Unidas

SE – Serviço Educativo

SNS – Serviço Nacional de Saúde

Introdução

A presente dissertação subordina-se à temática dos públicos da cultura, especificamente aos públicos seniores¹ dos museus. Esta escolha surgiu naturalmente, ao aliar os interesses pessoais e profissionais da mestranda, às problemáticas dos públicos da cultura, da acessibilidade em museus e do envelhecimento da população portuguesa.

Portugal é hoje o quarto país mais envelhecido do mundo (Departamento dos Assuntos Económicos e Sociais das Nações Unidas, 2023), com cerca de 23% da população com 65 ou mais anos (INE, 2022b) e a tendência é de agravamento desta situação. As recomendações institucionais vão no sentido da promoção do envelhecimento ativo e da manutenção da participação das pessoas em idade sénior na sociedade (OMS, 2005). O setor cultural, onde os museus se inserem, desempenha um papel fundamental na conquista destes objetivos, beneficiando também muito com esta relação.

Os museus têm ganhado relevância e novas funções nas comunidades e na sociedade em geral, promovendo a democratização e a democracia cultural. Existem cada vez em maior número, recebem cada vez mais visitantes, de formas cada vez mais dinâmicas e criativas, são mais abertos e conscientes da diversidade de públicos e do seu papel social e cívico. Estas instituições têm responsabilidades no âmbito das questões de acessibilidade, inclusão e participação dos cidadãos e das comunidades e têm potencial de intervenção na qualidade de vida das pessoas, ao longo de toda a sua vida, da infância à velhice.

Todos os dados parecem indicar uma relação pertinente e vantajosa entre os museus e as pessoas mais velhas, nomeadamente através da função educativa dos museus. É, contudo, importante compreender que o perfil dos idosos e o seu consumo cultural estão em transformação, o visitante sénior de há umas décadas, não é o mesmo que o de amanhã.

Por tudo isto, tenciona-se compreender em que ponto está a relação dos museus com os seus públicos seniores e que evidências podemos observar no caso de estudo escolhido: os museus municipais de Lisboa, geridos pela EGEAC, sete instituições com atuação junto de pessoas idosas, sediadas no mesmo concelho e os próprios visitantes mais velhos dos museus. O objetivo é considerar as duas perspetivas – a da oferta e a da procura – e confrontá-las, dentro de determinados parâmetros, guiando-nos a seguinte questão de investigação: «Que relação existe entre a oferta dos museus municipais de Lisboa e a procura por parte do público sénior?».

¹ É variado o vocabulário utilizado pelas fontes e na bibliografia para descrever as pessoas da faixa etária mais alta: idoso, sénior, adultos mais velhos, terceira idade, entre outros. No presente trabalho utilizam-se as várias expressões sinónimas, de forma intercalada.

Será que a atividade dos museus em causa responde à demanda por parte dos visitantes seniores e das instituições a que estes se associam? Que convergências e/ou lacunas se encontram?

Para responder a estas questões recorreu-se a uma metodologia mista que combina a pesquisa quantitativa com a pesquisa qualitativa. Realizaram-se um total de catorze entrevistas semiestruturadas e aplicaram-se mais de cem questionários de autopreenchimento.

A estrutura deste trabalho divide-se em três capítulos: o primeiro desenvolve o enquadramento teórico da matéria em estudo, abordando o universo dos museus, o da pessoa idosa e a relação entre ambos, recorrendo a fontes e bibliografia interdisciplinares. O segundo capítulo dedica-se à estratégia metodológica aplicada, apresentando com detalhe e justificando os métodos de investigação utilizados. Aqui, também se apresenta o caso de estudo. Por fim, a apresentação e análise dos resultados é onde se desvendam as informações obtidas através da análise do conteúdo recolhido e se relacionam todos estes dados, apresentando as conclusões. Os resultados são apresentados de forma sistematizada, através de tópicos definidos pela sua relevância na temática.

Espera-se com este trabalho, contribuir para esta área de investigação, através de um caso de estudo em Portugal, com recolha de dados primários. Numa perspetiva mais ampla, pretende-se impulsionar a reflexão e a ação no âmbito dos públicos do setor cultural, em idade pós-adulta, ao realçar as vantagens que resultam para os vários intervenientes, entre elas tornar os museus mais relevantes, humanos e úteis à sociedade, e oferecer respostas ao desafio do envelhecimento demográfico e às necessidades das pessoas seniores de hoje e do futuro.

CAPÍTULO 1

Enquadramento Teórico

1.1. O Museu

De acordo com a definição proposta pelo ICOM², em 2022:

«Um museu é uma instituição permanente, sem fins lucrativos e ao serviço da sociedade, que pesquisa, coleciona, conserva, interpreta e expõe o património material e imaterial. Abertos ao público, acessíveis e inclusivos, os museus fomentam a diversidade e a sustentabilidade. Com a participação das comunidades, os museus funcionam e comunicam de forma ética e profissional, proporcionando experiências diversas para educação, fruição, reflexão e partilha de conhecimento». (ICOM Portugal, 2022).

Esta recente atualização do conceito de «museu» constata que as suas funções vão além da preservação e exposição de coleções. Destaca-se, agora, o seu papel social, nomeadamente no que à inclusão, à sustentabilidade e às comunidades diz respeito. Destas instituições é esperado que promovam e proporcionem a inclusão de todas as pessoas, atuando em áreas como a educação, a coesão e a participação social.

O desenvolvimento da museologia redirecionou-a, da coleção para a abertura à sociedade e a centralidade dos seus públicos, cada vez mais alargados e diversificados (AAVV, 2002; Falk & Dierking, 2013; Figurelli, 2015; Mendes, 2013). Os museus fundem-se, agora, com os seus públicos. Como afirma Camacho (2021):

«O museu está, hoje, ao serviço do público dentro e fora das suas instalações, física ou digitalmente. As pessoas podem fazer muito mais do que visitar as suas coleções, podem ser agentes ativos através de voluntariado, participação nas atividades, workshops e programação geral do museu, participar em financiamentos como ações de crowdfunding, investigação partilhada, entre outras atividades». (p. 15)

Deste modo, os museus põem em prática, não apenas o conceito de «democratização cultural», ao visar uma cultura que é levada a todos os cidadãos, tornando-a acessível e passível

² O ICOM – *International Council of Museums*, fundado em 1946, é a maior organização internacional dedicada aos museus e aos seus profissionais. Portugal possui um dos 119 comités nacionais – o ICOM Portugal. Tem como missões «estabelecer padrões de excelência; liderar um fórum diplomático; desenvolver uma rede profissional; liderar um grupo de reflexão global; realizar missões internacionais» (International Council of Museums, s.d.a; International Council of Museums, s.d.b). Tradução própria de «*establish standards of excellence; lead a diplomatic forum; develop a professional network; lead a global think tank; carry out international missions*».

de ser consumida por todos, como também o de «democracia cultural» encarada de uma forma mais recíproca, ao enfatizar o envolvimento e a participação de cada cidadão e de cada comunidade, em toda a sua diversidade e riqueza cultural. Segundo a «Carta do Porto Santo» (2021) a democracia cultural «implica a valorização de culturas e públicos distintos e reconhece o direito de emancipação e empoderamento dos cidadãos como sujeitos culturais ativos: com a possibilidade de participarem e decidirem a vida cultural das comunidades» (p. 6). Este documento alerta para a importância dos setores da cultura e da educação para atingir os objetivos de democracia, sendo, para isso, essencial a cidadania cultural e a eliminação de obstáculos à participação (Brighenti, 2021).

O museu já não atua apenas no interior das suas instalações, o museu é ativo e envolve o exterior, a comunidade (Araújo et al., 2022; OECD & ICOM, 2019). São entidades capazes de contribuir para o desenvolvimento local a vários níveis: «ao fortalecer a criatividade, o sentimento de pertença e o envolvimento cívico, os museus têm o poder de contribuir para a economia, o capital social e o bem-estar da comunidade local»³ (OECD & ICOM, 2019, p. 3). Ao trabalhar em conjunto com o poder local, os museus têm o potencial de colaborar em diferentes aspetos como o desenvolvimento económico, o urbanismo, a educação, a inclusão social e diversidade cultural, a criatividade, a saúde e o bem-estar, mantendo-se, assim instituições relevantes para a sociedade contemporânea.

Mendes (2013) ilustra como é que os museus se podem manter úteis e ativos na sociedade, da seguinte forma: «a tónica, assim colocada no público (...) leva alguns autores a afirmarem que, para se avaliar a relevância de um museu, não se deve perguntar que colecções tem, mas o que faz com o acervo de que dispõe» (p. 161).

Hooper-Greenhill (1994) alerta para a necessidade de os museus desenvolverem funções sociais, no século XXI. O seu papel cívico para com a comunidade deverá ser uma das suas missões, num trabalho em conjunto, centrado nas pessoas e comprometendo-se com o fim último de mitigar problemas da sociedade e ter, de facto impacto na vida das pessoas (Calouste Gulbenkian Foundation UK Branch, 2017).

³ Tradução própria de: «*Through their manifold activities, museums play an important role in addressing contemporary social issues. By strengthening creativity, a sense of belonging and civic engagement, museums have the power to contribute to the economy, social capital and the well-being of a local community*».

1.1.1. Realidade Museológica Portuguesa

Em Portugal, a lei que regula o regime geral dos museus é a Lei-Quadro dos Museus Portugueses (Decreto-Lei n.º 47/2004, de 19 de agosto⁴) que, no Artigo 3.º define estas instituições da seguinte forma:

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

A alínea «b» vai de encontro às diretrizes que nos chegam da própria Constituição da República Portuguesa (1976):

«O Estado promove a democratização da cultura, incentivando e assegurando o acesso de todos os cidadãos à fruição e criação cultural, em colaboração com os órgãos de comunicação social, as associações e fundações de fins culturais, as colectividades de cultura e recreio, as associações de defesa do património cultural, as organizações de moradores e outros agentes culturais». (Alínea 3, do Artigo 73.º, Parte I, Título III, Capítulo III)

Em 2000, instituiu-se a Rede Portuguesa de Museus (RPM), instrumento de políticas públicas, que agrega museus nacionais de diversas tutelas, com objetivo de valorizar os museus e os seus profissionais, promover a cooperação e potencializar a gestão e recursos (DGPC, s.d.; Neves, 2013).

Quanto à representatividade dos museus em Portugal, segundo as *Estatísticas da Cultura – 2021* (divulgadas pelo Instituto Nacional de Estatística (INE, 2022a):

«Estavam em atividade 642 museus, dos quais foram considerados para fins estatísticos 419 museus, que registaram 7,5 milhões de visitantes (+30,7% do que no ano anterior) e dispunham de 20,8 milhões de bens no seu acervo. Dos museus apurados (419), os Museus de Arte eram os mais representativos com 20,8% do total, seguidos dos Museus Mistos e Pluridisciplinares (14,6%), Museus Especializados (14,1%) e os Museus de Etnografia e de Antropologia (13,8%)». (p. 114)

O número de museus em Portugal tem aumentado consideravelmente: em 2000 eram 209 (INE, 2002, p. 30), em 2010, eram 340 (INE, 2011, p. 116) e, atualmente, são 419. Segundo

⁴ Lei que decorre da Lei n.º 107/2001, de 08 de Setembro – Lei De Bases Do Património Cultural.

Neves (2013) «são vários os fatores que contribuem para esta dinâmica de crescimento, em particular a valorização da memória e do património artístico e cultural, a requalificação urbana, a forte relação dos museus com o turismo e a relevância da articulação com o sistema de ensino» (p. 21). Dos 419 museus existentes em Portugal⁵ em 2021, mais de metade (233) dependia da administração local, 57 da administração central ou regional e 32 de fundações de direito privado.

Em paralelo, o número de visitantes também tem evoluído positivamente: em 2000 registaram-se cerca de 7,4 milhões de visitantes (INE, 2002, p. 32), em 2010 foram 10,4 milhões (INE, 2011, p. 117) e, em 2019, atingiu-se o valor de 19,8 milhões de visitantes (Pordata, 2022). Seguiu-se uma grande quebra, em 2020, devido à pandemia da COVID-19 (DGPC, 2021b).

A uma escala global, além da redução profunda do número de visitantes decorrente do encerramento dos equipamentos por razões de confinamento, ocorreu uma diminuição das receitas, do financiamento e, em alguns casos, dos profissionais (NEMO, 2020).

Importa, ainda, referir que, em 2021, os museus da Área Metropolitana de Lisboa (AML)⁶ receberam o total de 2 884 040 visitantes (dos quais, 48% eram estrangeiros), o que corresponde a 38,5% do total nacional (INE, 2022a, p. 124). A AML é, por isso, a região de Portugal em que os museus mais visitantes recebem.

A propósito do «Estudo de Públicos de Monumentos Nacionais» (EPMN), publicado em 2018 e 2019, identificou-se o perfil social predominante entre os visitantes destes museus portugueses:

«Qualificados em termos de escolaridade (3 em cada 4 têm formação de nível superior) e das atividades socioprofissionais exercidas, com uma média de idades de 42 anos, com ligeira predominância feminina (56%). Por referência à população portuguesa, este perfil é relativamente mais escolarizado, mais jovem e com acentuada predominância dos ativos das profissões de especialistas das atividades intelectuais e científicas». (Neves & Mourão, 2016, p. 141)

⁵ Os museus considerados para fins estatísticos correspondem aos museus que cumprem cinco critérios: museus que têm pelo menos uma sala de exposição; museus abertos ao público (permanente ou sazonal); museus que têm pelo menos um conservador ou técnico superior (incluindo pessoal dirigente); museus que têm orçamento (ótica mínima: conhecimento do total da despesa); museus que têm inventário (ótica mínima: inventário sumário) (INE, 2022a, p. 114). Em 2022, verificou-se, neste universo, a recuperação pós-pandemia COVID-19.

⁶ Estatística por região NUTS II.

Este, e outros estudos, constituem importantes contributos para o conhecimento dos públicos de museus. Conhecer os públicos e os «não públicos»⁷ (através das estatísticas, dos estudos de público e de inquéritos) é fundamental para que os museus possam adequar as suas estratégias de desenvolvimento de públicos e toda a sua oferta, espaços e comunicação a todo o seu público-alvo e potencial (Hooper-Greenhill, 1994). Como referido na «Carta do Porto Santo» (2021): «um passo fundamental para que as instituições possam democratizar-se é conhecer os públicos – os que existem e os que poderão existir» (p. 7).

1.1.2. Inclusão e Acessibilidade em Museus

Conhecer os públicos é, segundo vários autores, imprescindível para os bem receber e incluir:

«Importa conhecer os públicos, reais e potenciais, desenhar estratégias e redes colaborativas com a comunidade e o território, aumentar a oferta de programas culturais junto de públicos diversificados, reequacionar os horários de funcionamento no sentido do seu alargamento e diversificação, assegurar a acessibilidade (física e comunicacional), dotar os Serviços Educativos com recursos humanos qualificados». (Neves & Barbosa, 2022, p. 73)

A definição de museu do ICOM apresenta-os como instituições «acessíveis e inclusivas», colocando as questões da acessibilidade e da inclusão numa posição de destaque dentro das preocupações dos museus contemporâneos. Vlachou & Alves (2007) descrevem um museu acessível da seguinte forma:

«É um museu que se preocupa com o seu actual e, sobretudo, potencial público; procura conhecê-lo melhor, a fim de poder adaptar a oferta às suas necessidades, com o objetivo de o captar e de o fidelizar. Um museu acessível é um museu de portas e mentes abertas». (p. 99)

A comprová-lo tem estado a iniciativa do Dia Internacional dos Museus, seja em 2020, cujo tema foi «Museus para a igualdade: diversidade e inclusão» (ICOM, 2020), seja em 2023, com o mote «Museus, sustentabilidade e bem-estar». Um dos propósitos do evento de 2023 é ir de encontro ao Objetivo 3 da «Agenda 2030 da ONU»: «Saúde e Bem-Estar Global: garantir vidas saudáveis e promover o bem-estar para todos em todas as idades, em especial no que diz respeito à saúde mental e ao isolamento social» (ICOM Portugal, 2023).

⁷ «Aquele que por questões de vulnerabilidade, tanto social como física, sensorial, emocional ou intelectual, não reconhece os espaços culturais como algo que lhe pertença, na medida que não se lhe oferecem condições, pelas suas necessidades e diversidades, de usufruir desse pertencimento» (Tojal, 2015, p. 193).

Mais do que uma adaptação do museu às orientações para garantir melhores acessibilidades, defende-se, hoje, o conceito de *design* universal (*design for all*). Segundo esta conceção, os ambientes (edifícios, equipamentos, objetos, serviços, informação) são concebidos, desde a sua origem, para serem usufruídos pelo maior número de pessoas possível, sem que seja necessário recorrer a adaptações (INR, 2020; López, 2021; Mineiro et al., 2017). O objetivo será sempre possibilitar a participação autónoma de cada pessoa, em toda a atividade do museu, evitando a exclusão cultural: «A verdadeira igualdade de oportunidades exige um acesso direto, imediato, permanente e o mais autónomo possível» (Vlachou, 2020, p. 9).

Autores como López (2021) e Vlachou & Alves (2007) alertam para o facto de não bastar garantir a oferta acessível. É preciso chegar às pessoas, atraí-las, sensibilizá-las e fidelizá-las, pois existe um conjunto de pessoas que estão muito distantes dos museus, por diversas razões.

Na prossecução dos objetivos de democratização e democracia cultural, é importante que os museus alarguem o seu campo de ação aos públicos compostos por pessoas em risco de exclusão social como os idosos (especialmente as mulheres), os desempregados, as pessoas com baixo nível de escolaridade, com deficiências físicas ou mentais, os imigrantes, os grupos de risco e as minorias étnicas (Santos, 2011; Tojal, 2015; Vlachou & Alves, 2007).

Como afirma Santos (2011): «O museu deve reconhecer o seu potencial e possível impacto em relação às desvantagens, discriminação e desigualdades sociais promovendo a inclusão» (p. 312). Ao encarar o museu como um lugar de encontros entre pessoas e culturas, um lugar onde cada indivíduo pode sentir-se representado, seguro e confortável para se exprimir e dialogar (independentemente da sua identidade, orientação sexual, idade, etnia, religião, condição de saúde física, mental ou emocional, nível de escolaridade, situação financeira e profissional), o museu encontra a sua função sociocultural. Um museu acessível promove discussão e diálogo públicos e cria oportunidades de participação diversificadas na sua comunidade (Alcoforado et al., 2016; Hooper-Greenhill, 1994; Vlachou & Alves, 2007).

No âmbito das acessibilidades, os estudos sobre museus apoiam-se numa vasta literatura bem como num conjunto alargado de diretrizes nacionais e internacionais, que os orientam no sentido de preparar e empreender toda a sua atividade com e para os cidadãos.

No presente trabalho considerou-se, a nível nacional, a Lei-Quadro dos Museus Portugueses (Decreto-Lei n.º 47/2004, de 19 de agosto); o Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de agosto, que «aprova o regime da acessibilidade aos edifícios e estabelecimentos que recebem público, via pública e edifícios habitacionais»; o «Plano Nacional para a Promoção da Acessibilidade (PNPA)» (2007); a publicação *Temas de Museologia. Museus e Acessibilidade* (2004); o *Guia de Boas Práticas de Acessibilidade - Comunicação Acessível e Inclusiva em*

Monumentos, Palácios e Museus (2017); o *Estudo diagnóstico sobre a acessibilidade dos imóveis afetos à DGPC - Relatório Final* (2017), apoiado na «Matriz Diagnóstico de Acessibilidades» (2022); o manual *A participação cultural de pessoas com deficiência ou incapacidade: Como criar um plano de acessibilidade* (2020), e, ainda, a *EPAI - Estratégia de Promoção da Acessibilidade e da Inclusão dos Museus, Monumentos e Palácios 2021-2025* (2021).

A nível internacional consultou-se a «Convenção sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência» (2006); o manual peruano *Manual de accesibilidad para museos* (2019); o guia neozelandês *Arts For All* (2020); o manual espanhol *Accesibilidad en museos. Manual de buenas prácticas para profesionales e instituciones* (2021), bem como bibliografia específica sobre o tema, destacando-se *Museums and Their Visitors* (1994).

As referidas fontes e bibliografia realçam que a questão das acessibilidades em museus é, acima de tudo, um processo de diálogo e aprendizagem constante. O museu não é uma instituição cultural isolada e deve trabalhar em interação e colaboração com os cidadãos, com as instituições representativas da comunidade e com o poder público. Além disso, a consultoria especializada é um recurso a ter em conta.

1.1.2.1. Dimensões da Acessibilidade

A acessibilidade de e a uma instituição museológica compreende âmbitos tão diversos como o «espaço físico, os conteúdos e a informação, a comunicação e a atenção adequada»⁸ (Zúñiga, 2019, p. 11) e todos eles se complementam. Devem-se trabalhar para mitigar barreiras físicas, sociais e intelectuais (Vlachou, 2020). Em suma, toda a experiência pode e deve ser acessível e segura.

Um museu inclusivo garante as condições físicas para que cada pessoa, independentemente do seu grau de mobilidade, condição física, necessidade específica ou idade possa usufruir e ser participantes da cultura em segurança, como previsto na legislação portuguesa, através do Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de agosto. Questões como as condições de acesso exterior ao museu, disponibilidade de estacionamento próximo, alternativas aos degraus como rampas e elevadores com as características adequadas, casas de banho adaptadas, altura dos balcões e dos expositores, sinalética, tipo de pavimento, iluminação e temperatura, disponibilização de cadeira de rodas ou bancos dobráveis, zonas de descanso são consideradas entre os parâmetros

⁸ Tradução própria de «*Espacio físico, Contenidos e Información, Comunicación, Atención adecuada*».

para as acessibilidades físicas universais nos museus (Hooper-Greenhill, 1994; López, 2021; Mineiro et al., 2017; Vlachou, 2020; Vlachou & Alves, 2007).

Mas a acessibilidade abarca muito mais do que as questões físicas. Elementos como a política de preços e gratuidades e o horário de abertura devem ser pensados na ótica de alargar os públicos.

Quanto à programação do museu, incluindo as exposições e outro tipo de eventos, o ideal é que «as necessidades especiais sejam contempladas desde o arranque de qualquer projeto, atividade, exposição ou outra acção» (Vlachou & Alves, 2007, p. 106), desde a escolha dos objetos e das temáticas expositivas, à produção e disposição da informação, dos percursos de visita e dos recursos tecnológicos. Os museus devem dispor de uma «multiplicidade de ofertas programáticas, desenhadas à medida de cada grupo de interesses. Perspetivam-se entidades patrimoniais polimorfos e flexíveis, adaptáveis às demandas sociais, grupais e individuais e capazes de usar as suas coleções e exposições para abordar temas da atualidade» (Camacho, 2021, p. 15).

No âmbito educativo os mediadores têm um papel fundamental, pois são os intermediários privilegiados entre o património e os públicos. As atividades que desenvolvem devem visar «a promoção de meios acessíveis e geradores de competências, de atitudes sociais e de políticas positivas, que conduzam a oportunidades de participação e a interpretações positivas pessoa/meio» (Santos, 2011, p. 310). Podem-se considerar vertentes lúdicas, criativas e interativas na programação que se quer diversificada para atingir os públicos heterogêneos, garantindo a acessibilidade intelectual (Neves & Barbosa, 2022). Técnicas de interpretação do património adequadas a cada público devem ser utilizadas pelos mediadores (Fonseca & Sousa, 2021). Como nem todos os visitantes recorrem ao Serviço Educativo (SE), opções para uma visita autónoma devem estar disponíveis.

Vários autores realçam o papel da exploração das emoções, dos sentidos e experiências humanas no espaço e nas ações museológicas, com o objetivo de criar relações significativas entre os visitantes e o objeto cultural (Figurelli, 2015; Hooper-Greenhill, 1994; López, 2021, Melo, 2012; Tojal, 2015). Segundo Figurelli (2015), é importante desenhar «atividades que considerem o museu como espaço propício de articulação do afetivo, do emotivo, do sensorial e do cognitivo, do abstrato e do conhecimento inteligível, enfim da construção do conhecimento» (p. 117). O impacto será especialmente significativo para pessoas com capacidades diminuídas ou necessidades especiais.

Como afirma Mineiro et al. (2017): «Em vez de “visita”, agora fala-se na “experiência da visita” e nesta experiência a comunicação multissensorial tem um papel fundamental» (p.14).

Os recursos multissensoriais e interativos multiplicam os estímulos e as vias de acesso do visitante ao objeto museal, permitindo o *embodiment learning* – a aprendizagem com todo o corpo (Melo, 2012, p. 70). Alguns exemplos desses recursos são réplicas táteis dos objetos, reproduções tridimensionais e maquetes, recursos audiovisuais e olfativos, materiais impressos traduzidos e adaptados a vários formatos, vídeoguias com legendagem, audiodescrição, sessões descontraídas, entre outros (López, 2021; Tojal, 2015; Vlachou, 2020).

A aplicação dos recursos tecnológicos complementa o acompanhamento por parte dos profissionais do museu. Em conjunto, estas ferramentas interpretativas proporcionam as melhores condições para que os visitantes decodifiquem e interpretem o objeto do museu, reflitam e se reconheçam nele.

Na dimensão de comunicação, meios de divulgação acessíveis e abrangentes privilegiam o contacto direto com os públicos-alvo. Todas as áreas da museologia devem priorizar uma linguagem clara e acessível e disponibilizar comunicação alternativa. Os meios de comunicação digitais são, na atualidade, um recurso imprescindível, englobando *websites*, *newsletters*, visitas virtuais às coleções e redes sociais. Devem-se seguir as diretrizes de acessibilidade para conteúdo *online* disponibilizados pela Agência para a Modernização Administrativa (2018). Estabelecer diálogos e relações com os públicos é o grande objetivo destes meios, que se adaptam a públicos e necessidades diferenciados, inclusive a contextos díspares, como verificado durante a COVID-19, em que os meios digitais permitiram manter a relação entre o museu e as comunidades.

Não se pode descurar, também, a variável do atendimento e tratamento adequados. Os profissionais do acolhimento devem privilegiar atitudes e linguagem respeitáveis para com todos os visitantes, fazendo do museu, um espaço acolhedor (Hooper-Greenhill, 1994; Zuñiga, 2019). Fonseca & Sousa (2021) demonstram como um bom acolhimento e relação humana podem fazer a diferença, mesmo num ambiente em que as acessibilidades físicas e comunicacionais apresentem lacunas. É essencial a capacitação dos profissionais, através de formação especializada (Vlachou, 2020). A inclusão de profissionais e voluntários com perfis e origens múltiplas é, também, considerada uma boa prática de inclusão (DGPC, 2021a; López, 2021; Mineiro et al., 2017; Tojal, 2015; Vlachou, 2020).

Mais do que meras alterações isoladas e aleatórias, vários autores (AAVV, 2002; Mineiro et al., 2017; Santos, 2011; Tojal, 2015; Vlachou, 2020) defendem que os museus devem desenvolver uma política estruturada de acessibilidade, com envolvimento de todas as áreas museológicas, desde a curadoria até ao acolhimento ao público. A comunicação deve ser

coerente, a formação dos recursos humanos adequada e, sobretudo, deve haver compromisso institucional para com esta matéria, bem como uma atribuição orçamental à mesma.

O *Estudo diagnóstico sobre a acessibilidade dos imóveis afetos à DGPC - Relatório Final (2017)* conclui que o cumprimento das normas e das boas práticas de acessibilidade por parte dos museus é mais bem-sucedido do que nos restantes imóveis afetos à Direção Geral do Património Cultural (DGPC), ficando, contudo, aquém das expectativas. Apenas quatro museus cumpriam pelo menos 50% destas normas.

Como defende Santos (2011) «eliminar obstáculos não é uma questão de paternalismo, piedade ou sentimentalismo e significa mais do que proceder a alterações em edifícios, é acima de tudo, uma questão de postura, respeito e cooperação na supressão das necessidades» (p. 324). Desta forma, o museu pode contribuir para o desenvolvimento de uma sociedade democrática e justa.

1.1.3. Função Educativa dos Museus

Na sociedade existem várias instituições que, para além daquelas associadas ao ensino formal, têm o potencial de atuar na educação e formação dos cidadãos. Entre elas estão os museus, cada vez mais conscientes da sua missão educativa (Camacho, 2004; Falk & Dierking, 2013; Mendes, 2013; Neves & Barbosa, 2022).

Desde logo, a função educativa é reconhecida no próprio conceito de «museu» providenciado pelo ICOM e pela Lei-Quadro dos Museus Portugueses. Esta última refere a educação como uma das sete funções atribuídas aos museus (Artigo 7.º, Secção I, Capítulo II.), no âmbito da qual, prevê que os museus desenvolvam «de forma sistemática programas de mediação cultural e actividades educativas que contribuam para o acesso ao património cultural e às manifestações culturais» (Artigo 42.º, Secção VIII, Capítulo II). O mesmo artigo refere que os programas de educação deverão ter em conta «o respeito pela diversidade cultural tendo em vista a educação permanente, a participação da comunidade, o aumento e a diversificação dos públicos».

Tendo em vista a colaboração entre os Ministérios da Cultura e da Educação, Silva (1999), referindo-se às instituições culturais públicas, afirma:

«Todas as instituições públicas, pertencendo à coletividade e sustentadas pelos seus impostos, deveriam explicitamente conter, na sua missão e no desenvolvimento da sua atividade, uma dimensão de relação formativa com os públicos, efetivos ou potenciais. Uma relação, entenda-se bem, mutuamente enriquecedora, porque não se trata de «ensinar», «transmitir» e, muito

menos «civilizar» o «bárbaro», mas sim de praticar uma relação dialógica em que virtualmente todos aprendem». (pp. 190-191)

Segundo Falk & Dierking (2013), há três contextos que nos museus se convocam na matéria da aprendizagem dos indivíduos: pessoal (ligado à experiência e motivações de cada um); sociocultural (relativa ao indivíduo, mas também à instituição museológica) e físico (o ambiente do museu). Esta realidade faz com que a experiência do museu seja complexa e única para cada pessoa.

Mediar a relação entre o público e o objeto torna-se assim o grande empreendimento no campo da ação educativa do museu. As atividades de educação nos museus impactam não apenas os conhecimentos concretos transmitidos, como também deixam algo mais no visitante. Os estímulos e as experiências vividas em museus podem levar a alguma transformação e produzir impactos na vida pessoal e comunitária (Alcoforado et al., 2016; Hooper-Greenhill, 1994; Melo, 2012), que se baseiam em processos de «apropriação do passado para a criação de significados no presente (...) os significados são, também, ativamente criados, ativados, recriados ou reforçados pela performance da visita em si» (Semedo et al., 2020, p. 62).

O contacto direto com o objeto é o instrumento privilegiado dos museus e possibilita dinâmicas diversas daquelas fornecidas tradicionalmente pelos modelos formais de educação, dando relevância ao questionamento do indivíduo, a abertura ao outro, a outras perspectivas e realidades que são despoletados pelos estímulos decorrentes da visita a museus, como sejam: «o autêntico/o único/o sublime», «o testemunhal/o emocional/o traumático», «o cultural/o experiencial» (Melo, 2012, p. 70). Ao promover a aprendizagem e a reflexão sobre os seus conteúdos, os museus contribuem para se pensar e melhorar a vida individual e em sociedade.

É no âmbito dos públicos adultos que as aprendizagens transformativas mais se potencializam (Alcoforado et al., 2016; Melo, 2012). Aqui dá-se o potencial de transformar «enquadramentos de referência problemáticos (mentalidades, hábitos mentais, perspectivas de significado) - conjuntos de suposições e expectativas - de modo a torná-los mais inclusivos, críticos, abertos, reflexivos e emocionalmente capazes de mudança» (Mezirow, 2009, p. 92-93).

A dimensão educativa dos museus ocorre em toda a sua ação: a informação e conteúdos transmitidos através das exposições ou da programação geral, as reflexões e discussões que levanta, a cidadania cultural que incentiva, ou as competências transversais que desperta através das variadas atividades (Falk & Dierking, 2013; Figurelli, 2015; Hooper-Greenhill, 1994). David Fleming afirma mesmo que «a educação e a promoção da aprendizagem são o principal

objetivo dos museus. Digo mais, a educação é a única razão de ser dos museus» (AAVV, 2002, p. 21). A educação museal está para além de um Serviço Educativo (SE), «deve ser percebida como uma responsabilidade transversal a todos os setores de um museu» (Figurelli, 2015, p. 132). Ainda assim, considera-se que a formalização deste serviço é de grande importância.

1.1.3.1. Serviços Educativos (SE)

Camacho (2007) define SE da seguinte forma:

«Estrutura organizada, dotada de recursos mínimos, designadamente pessoal, inscrita organicamente no museu em que se insere, mesmo que de maneira informal, que desenvolve acções dirigidas ao público, com objectivos educativos. Ao serviço educativo compete o cumprimento da função museológica de educação, uma das indispensáveis funções inerentes ao conceito de museu, que se articula com as restantes funções museológicas». (p. 28)

Desde 1953, data em que o Museu Nacional de Arte Antiga criou o primeiro SE de museus em Portugal, que estes se têm vindo a multiplicar por todo o país (muitos de forma informal ou com outras designações), mesmo que «de maneira lenta e gradual» (Figurelli, 2015, p. 121). Desde o grande impulso dado pelo ingresso do país na democracia, em 1974, passando pelo progressivo enquadramento legislativo dos seus profissionais e pelos vários encontros nacionais e internacionais subordinados à temática educativa dos museus, os SE têm conquistado o seu lugar de relevo e não apenas de complemento, numa museologia cada vez mais dinâmica e centrada nos públicos (Faria, 2020; Moura, 2011; Neves & Barbosa, 2022).

Em 2021, o INE registou que 78% dos museus nacionais tinham SE (INE, 2022a, p. 131). Note-se que, em 2000, a percentagem era, apenas, de 44% (Santos, 2005, p. 55). Já em 2009, estes representavam 62% (Neves, 2013, p. 81). Cada vez mais os museus preocupam-se com a existência de profissionais dedicados à mediação cultural, no entanto, ainda uns significativos 22% dos museus portugueses, não tem SE em atividade. É também de referir, que muitos dos existentes sofrem dificuldades (Camacho, 2007; Gomes & Lourenço, 2009; Moura, 2011).

Os responsáveis pela mediação cultural nos museus desempenham funções de idealização, criação, dinamização e execução de diversificadas atividades realizadas para o público, como visitas guiadas, oficinas, conferências, debates, etc. (Neves & Barbosa, 2022). Estas ações visam formar o público e aproximá-lo das coleções e devem ter em conta as especificidades dos públicos que vão usufruir delas.

As *Estatísticas da Cultura – 2021* (2022a), informam-nos que, no todo dos museus nacionais, as quatro tipologias mais frequentes de atividades orientadas para os visitantes são,

por ordem decrescente: «visita orientada», «ação dirigidas ao público escolar», «exposição temporária» e «ação dirigida ao público adulto» (p. 130). Como notaram Gomes & Lourenço (2009), a diversidade de oferta de atividades é cada vez maior e tem havido uma preocupação crescente com a interação, integração e experiência lúdica do público.

Apesar de haver uma tendência histórica de se pensar e programar a educação em museus para escolas e público infantojuvenil, muitas vezes como complemento à educação formal, os museus não podem menosprezar o impacto da ação educativa no público adulto (AAVV, 2002; Alcoforado et al., 2016; Camacho, 2004; Figurelli, 2015; Hsieh, 2020). De facto, «os museus, sendo locais de aprendizagem informal e dirigida a todos, criam oportunidades, colocam desafios, facultam experiências e desenvolvem atividades e programas que ultrapassam as camadas mais novas integradas no sistema de ensino formal» (Neves & Barbosa, 2022, p. 72).

Camacho (2004) observa uma museologia cada vez mais consciente da sua missão educativa para com uma diversidade de indivíduos:

«Sendo locais de aprendizagem informal para pessoas de todas as idades, de todos os níveis escolares e de todo o tipo de interesses, os museus podem desenvolver (deverão desenvolver) actividades educativas que ultrapassem os serviços prestados às crianças e aos jovens integrados no sistema escolar». (p. 31)

Do ponto de vista da democratização cultural, pode-se conceber um museu aberto a todos e sem distinção entre os públicos, onde todos são recebidos, de igual forma. Numa perspetiva de democracia cultural, pode ser considerada a segmentação de públicos, no sentido de chegar a cada um, atendendo às suas características singulares. A inclusão passa muito por entender que somos todos diferentes e temos necessidades e expectativas distintas. Como refere Hooper-Greenhill (1994):

«A primeira coisa é entender que «o público» pode ser dividido em grupos constituintes que tendem a ter pelo menos algumas características em comum. O conceito de grupos-alvo (...) é uma ferramenta útil. Todos os visitantes terão uma variedade de necessidades físicas, intelectuais e sociais em comum, enquanto igualmente todos os grupos terão as suas próprias necessidades especiais»⁹. (p. 84)

⁹ Tradução própria de «*The first thing is to understand that 'the public' can be broken down into constituent groups which tend to have at least some characteristics in common. The concept of target groups' (...) is a useful one. All visitors will have a variety of physical, intellectual and social needs in common, while equally all groups will have their own special needs*».

Assim sendo, poder-se-á considerar a segmentação de ações de acordo com a segmentação de públicos adequada à realidade de cada museu. Vlachou (2020) alerta para a segmentação dirigida a pessoas com deficiência ou incapacidade, defendendo que apesar de desempenhar uma importante função, não se deve generalizar. O ideal é a integração das necessidades destas pessoas em toda a programação geral, sendo-lhes possível escolher o usufruto de toda a oferta e espaços. Apesar disso, algumas atividades dirigidas poderão fazer sentido.

1.1.3.2. Educação ao Longo da Vida

A educação ao longo da vida¹⁰ tem sido um conceito bastante valorizado pelos organismos internacionais: «a aprendizagem ao longo da vida é a chave para superar os desafios globais e alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável» (UNESCO Institute for Lifelong Learning, s.d.).

Como afirma Guimarães (2019) «os sujeitos se educam, se formam e aprendem em espaços e tempos muito diversos, para lá da escola» (p. 7). Como tal, a «educação não formal» decorre fora dos meios formais (aqueles que conferem um nível de qualificação como escolas e universidades), mas de forma organizada e intencional, em espaços coletivos como associações, centros de formação, universidades séniores, museus, bibliotecas, entre outros, de acordo com os interesses e necessidades de cada indivíduo. Por sua vez, a «educação informal» surge como um processo de aprendizagem permanente e espontâneo decorrente da vida em sociedade e, por norma, com motivação intrínseca do indivíduo (Asenjo et al., 2012; Hsieh, 2020; Queirós, 2012; Patrício, 2019).

Educação formal, não formal e informal não têm limites demarcados e complementam-se ao longo do percurso de vida de cada um, contribuindo para a cidadania ativa e, em última análise, para a transformação social (Camões – Instituto da Cooperação e da Língua, I. P., 2018; Guimarães, 2019; Queirós, 2012).

No atual cenário de uma sociedade educativa que valoriza o conhecimento, e em que o desenvolvimento tecnológico e científico é extremamente rápido exige-se uma atitude proativa e contínua de formação e aprendizagem, até numa perspetiva de emancipação individual e mobilidade social e profissional (Ferreira, 2021; Guimarães, 2019; Queirós, 2012). Todavia, aprender permanente e continuamente tem como principal objetivo «acrescentar significado e satisfação ao todo da vida e não tanto cultivar habilidades vocacionais ou conhecimentos ou atingir graus e qualificações» (Hsieh, 2020, p. 4832). Por tudo isto, o mais importante para a

¹⁰ Também designada formação ou aprendizagem ao longo da vida.

educação ao longo da vida são os interesses, as necessidades e a experiência de vida do indivíduo, especialmente para as pessoas mais velhas (Antunes & Jesus, 2018).

Os museus são um espaço privilegiado para a educação ao longo da vida (Campos, 2017). No Relatório final do Grupo de Projeto Museus no Futuro (Camacho, 2021), uma das seis tendências referidas são as «Mutações Demográficas», onde se assinala que «com o aumento da esperança média de vida, é expectável que os indivíduos cultivem a formação ao longo da vida (...) o que constituirá um desafio para os museus e monumentos no contexto da aprendizagem não formal» (p. 13). De facto, os museus «como importantes instituições culturais e sociais, usam das suas coleções, exposições e atividades para promover a aprendizagem não formal mais flexível, diversa e interativa» (Hsieh, 2020, p. 4833).

1.2. O Idoso

Envelhecer é um processo natural e transversal a todos os seres humanos, caracterizado pela perda progressiva de funções biofisiológicas, se bem que a ritmos díspares e influenciado por diversos fatores como as condições biológicas, socioeconómicas e culturais (OMS, 2005).

Consideram-se duas noções de envelhecimento. A primeira é o individual, onde se inclui o envelhecimento cronológico (baseado na idade e, por isso, idêntico entre os indivíduos) e o biopsicológico (advém das características e experiências de vida de cada um, sendo assim variável de indivíduo para indivíduo). A segunda é o envelhecimento coletivo, aquele que caracteriza a sociedade como um todo (Ferreira, 2021; Loureiro, 2019; Rosa, 2012).

Assim, conceito de «idoso» é difícil de delimitar pois são vários os critérios a ter em conta, para além da idade cronológica. A Organização Mundial de Saúde (OMS) aponta os 60 anos como a idade a partir da qual uma pessoa pode ser considerada idosa. Contudo, nos países desenvolvidos, onde se insere Portugal, utiliza-se a referência dos 65 anos para a entrada na chamada «terceira idade», ressalvando, contudo, que os ritmos de envelhecimento são desiguais (Hsieh, 2020; Mauritti, 2004; OMS, 2005; SNS, 2017). Esta idade é associada à entrada na reforma laboral, que em 2023, em Portugal, situa-se nos 66 anos e 4 meses (Segurança Social, 2023), ou seja, quando se dá, na maior parte dos casos, o abandono da vida profissional ativa. Assim sendo, não existe um consenso ou concertação entre instituições ou países, quanto à idade cronológica a partir da qual uma pessoa entra na idade sénior, dependendo do contexto.

Importa referir que é variado o vocabulário utilizado para descrever as pessoas da faixa etária mais alta: idoso, sénior, adultos mais velhos ou terceira idade. Qualquer que seja a denominação atribuída, o que há que ressaltar é que este grupo de pessoas não constitui um todo uniforme e não têm todas as mesmas características, mesmo que tenham a mesma idade

cronológica. Trata-se de um conjunto muito heterogéneo de pessoas (Marques, 2011; Mauritti, 2004; OMS, 2005). Como explica Loureiro (2019) «não existe o Idoso, existem idosos, tal como não existe o adulto, mas sim adultos, jovens, crianças» (p. 43).

A tendência de estereotipização dos idosos é uma das causas do idadismo¹¹. Este conceito espelha a discriminação com base da idade (dos mais velhos, neste caso). De acordo com Marques (2011) «o preconceito contra as pessoas idosas prevalece de forma bastante flagrante nas nossas sociedades e surge diariamente» (p.14), muitas vezes no seio da família e na sua própria autoperceção. Fenómenos como atitudes e discursos paternalistas e infantis, exclusão de processos de decisão, negligência, abandono ou outro tipo de abusos, dificuldades de acesso a determinados serviços ou a parca representação nos meios de comunicação e entretenimento constituem atos de discriminação e contribuem para a marginalização das pessoas de uma faixa etária mais elevada (Marques, 2011; SNS, 2017).

A velhice é, muitas vezes, associada a valores negativos como a incapacidade, a inatividade e a solidão, mas também pode associar-se aos mais positivos como a maturidade, a sabedoria e a experiência (Mauritti, 2004; Rosa, 2012). O caminho deve passar por «transformar as ameaças em oportunidades» (Rosa, 2012, p. 50) deixar de olhar o envelhecimento demográfico de uma forma exclusivamente negativa.

1.2.1. Envelhecimento Demográfico em Portugal

Portugal experiencia o fenómeno do envelhecimento demográfico desde a segunda metade do século XX, em paralelo com os países mais desenvolvidos (Cabral et al., 2016; Pimentel, 2001; Rosa, 2012). O país encontra-se mesmo no topo dos *rankings* mundiais. Segundo o Departamento dos Assuntos Económicos e Sociais das Nações Unidas (2023), Portugal é o quarto país mais envelhecido do mundo, atrás do Japão, da Itália e da Finlândia. O mesmo documento prevê que esta faixa etária da população portuguesa continue a aumentar e chegue a representar 34,5%, em 2050 (p. 23).

O envelhecimento da população ocorre quando a pirâmide etária¹² estreita-se na base e alarga-se no topo, evidenciando a diminuição do número de jovens e o aumento das pessoas com mais idade (Rosa, 2012). De acordo com os Censos de 2021 (INE, 2022b), onde se registaram 2 423 639 pessoas com 65 ou mais anos (23,4% da população total), «o envelhecimento demográfico em Portugal continuou a acentuar-se de forma muito expressiva

¹¹ Tradução do inglês «ageism» (Marques, 2011).

¹² A este respeito, ver «Estrutura etária da população portuguesa, 2011-2021», em Anexo A.

(...) o índice de envelhecimento¹³ da população é de 182, ou seja, existem 182 idosos por cada 100 jovens. Este índice era de 128 em 2011» (p. 20). Prevê-se o aumento deste valor para cerca de 300 idosos por cada 100 jovens, em 2080 (INE, 2020).

A justificação encontra-se na gradual diminuição da fecundidade e da mortalidade e no aumento da esperança média de vida¹⁴. A maior longevidade, sinónimo dos progressos médicos e sociais, comporta ainda, outra realidade: o aumento da fatia da população com 80 ou mais anos – a chamada «quarta idade» (Mauritti, 2004; Rosa, 2012; SNS, 2017). Nunca houve tantos idosos, com idades tão avançadas.

Esta transformação demográfica não decorre sem gerar preocupações e desafios sobre a estrutura social e económica do país e sobre o papel ocupado pelas pessoas mais velhas na sociedade. A sustentabilidade do sistema nacional de Segurança Social e das pensões, a sobrecarga do Serviço Nacional de Saúde (SNS), o agravamento da situação das finanças públicas, a quebra de produtividade do país e o risco de precariedade na velhice, são algumas das questões preocupantes associadas a esta conjuntura, constituindo grandes desafios para o século XXI (Hsieh, 2020; Marques, 2011; Rosa, 2012).

Mas oportunidades para a sociedade também são desencadeadas por esta transformação demográfica. Refira-se, a título de exemplo, a *Silver Economy* «a soma de todas as atividades económicas que atendem às necessidades das pessoas com 50 anos ou mais, incluindo os produtos e serviços que adquirem diretamente e outra atividade económica que esse gasto gera»¹⁵ (Comissão Europeia, 2018, p. 3) e o turismo sénior, em clara ascensão internacional (Cavaco, 2009). Aproveitando o poder de compra das gerações mais velhas, estes setores da economia são altamente promissores.

Mas autores como Marques (2011), Pimentel (2011) e Rosa (2012) sugerem que a questão que devemos colocar, como indivíduos e como sociedade, é também sobre de que forma olhamos o envelhecimento e que significado social atribuímos aos idosos. Continuaremos a envelhecer, por isso, é indispensável a ressignificação do papel e valor do idoso. Precisamos

¹³ «Relação entre a população idosa e a população jovem, definida habitualmente como o quociente entre o número de pessoas com 65 ou mais anos e o número de pessoas com idades compreendidas entre os 0 e os 14 anos (expressa habitualmente por 100 (10^2) pessoas dos 0 aos 14 anos)» (INE, s.d.).

¹⁴ «A esperança de vida à nascença em Portugal, em 2019-2021, foi estimada em 80,72 anos, sendo de 77,67 anos para os homens e de 83,37 anos para as mulheres» (INE, 2022c).

¹⁵ Tradução própria de «*the sum of all economic activity that serve the needs of people aged 50 and over, including the products and services they purchase directly and the further economic activity this spending generates*».

pensar numa sociedade envelhecida inclusiva e preparada, em suma, uma «sociedade para todas as idades» (OMS, 2005, p. 52).

1.2.2. Envelhecimento Ativo

Organismos internacionais, europeus e governos nacionais têm valorizado e discutido cada vez mais frequentemente, a questão do envelhecimento populacional. Urgem respostas e ações que visem adequar as sociedades contemporâneas a esta realidade e tendência para as próximas décadas (Departamento dos Assuntos Económicos e Sociais das Nações Unidas, 2023; Hsieh, 2020; Mauritti, 2004; Rosa, 2012; SNS, 2017; OMS, 2005).

Desde logo, os princípios da Organização das Nações Unidas (ONU) para as pessoas idosas: a independência, a participação, a assistência, a autorrealização e a dignidade, surgem como referência internacional (ONU, 1991). Em Portugal, a Constituição da República Portuguesa, no Artigo 72.º, dedicado à «Terceira idade», declara que:

«1. As pessoas idosas têm direito à segurança económica e a condições de habitação e convívio familiar e comunitário que respeitem a sua autonomia pessoal e evitem e superem o isolamento ou a marginalização social.

2. A política de terceira idade engloba medidas de carácter económico, social e cultural tendentes a proporcionar às pessoas idosas oportunidades de realização pessoal, através de uma participação ativa na vida da comunidade». (Artigo 72.º, Parte I, Título III, Capítulo II)

Neste âmbito destaca-se o conceito de «envelhecimento ativo», definido pela OMS como «o processo de otimização das oportunidades de saúde, participação e segurança, com o objetivo de melhorar a qualidade de vida à medida que as pessoas ficam mais velhas» (OMS, 2005, p. 13). Note-se que o envelhecimento ativo é um processo que decorre ao longo da vida de todas as pessoas e não apenas quando se atinge a terceira idade.

Este conceito prevê, não apenas as mais óbvias necessidades de saúde e segurança das pessoas mais velhas, mas também a dimensão da participação contínua na sociedade, elemento essencial para o bem-estar, realização pessoal e qualidade de vida do cidadão sénior. A transição para a terceira idade não deve ser sinónimo de saída de cena das várias esferas da vida: social, profissional, económica, política, cultural, educacional, espiritual e cívica. Deve, ao invés, manter-se, ativamente, a participação nestes campos (Marques, 2011; SNS, 2017).

A OMS anuncia que «o envelhecimento ativo depende de uma diversidade de fatores “determinantes” que envolvem indivíduos, famílias e países» (OMS, 2005, p. 19). Para além da cultura e do género do indivíduo, há que ter em conta os fatores relacionados com os sistemas

de saúde e serviço social, os comportamentais, os pessoais ou biopsicológicos, o ambiente físico, o ambiente social e os económicos.

Refira-se, a propósito da relevância e atualidade desta temática, que a ONU declarou 2021-2030 como a Década do Envelhecimento Saudável (OMS, 2022). Além disso, o envelhecimento ativo vai de encontro ao Objetivo 3 do Desenvolvimento Sustentável «Garantir uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades»¹⁶ (ONU, s.d.).

A nível nacional, saliente-se o recente Programa de Apoio em Parceria Arte e Envelhecimento Ativo fruto da colaboração entre a Santa Casa da Misericórdia de Lisboa e a Direção Geral das Artes, com o objetivo de:

«Promover, através do desenvolvimento e implementação de projetos artísticos, a integração e a construção de relações sociais mais inclusivas, solidárias e saudáveis que contribuam para melhorar a qualidade de vida da população idosa e contribuir para diminuir a solidão e isolamento a partir das diferentes linguagens artísticas». (DGArtes, 2021, p. 1)

O SNS apresentou a Estratégia Nacional para o Envelhecimento Ativo e Saudável 2017-2025 (2017) onde se enfatiza a necessidade de promover políticas multissetoriais, de proximidade e transversais às várias faixas etárias. Algumas das diretrizes apontadas no eixo da «participação» são: a promoção da formação ao longo da vida, a criação de programas de participação sénior de âmbito cultural, desportivo ou de turismo, o desenvolvimento de programas intergeracionais e de voluntariado sénior e o incentivo ao convívio e à participação na sociedade e cidadania. A participação é essencial para o bem-estar físico, mental e social do cidadão sénior e cabe à sociedade promover ambientes propícios a tal.

Aliando o envelhecimento populacional ao fenómeno da urbanização, a OMS (2009) definiu a cidade amiga das pessoas idosas como aquela que «adapta as suas estruturas e serviços de modo que estes incluam e sejam acessíveis a pessoas mais velhas com diferentes necessidades e capacidades» (p. 1). Abrangem-se áreas como os transportes, os espaços exteriores e os edifícios, o emprego, os serviços de saúde ou a participação em todos os contextos da vida comunitária, com o objetivo maior de quebrar barreiras e manter a autonomia.

A OMS recomenda que os programas e as políticas de envelhecimento ativo não atuem apenas no âmbito das necessidades destas pessoas, numa perspetiva assistencialista e de atenuação das consequências. É recomendado agir no campo da potencialização das

¹⁶ Tradução própria de «*Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages*».

competências e valorização do papel social das pessoas idosas, não excluí-las ou segregá-las e garantir a igualdade de oportunidades (Mauritti, 2004; OMS, 2005; OMS, 2009).

Como defende Loureiro (2019) esta é uma fase da vida que acarreta «perda e ganho de papéis e funções sociais» (p. 43). Tanto as próprias pessoas idosas, como as gerações mais jovens, precisam olhar para ela como mais uma fase de vida, com as suas funções e papéis úteis na sociedade e tirar partido da riqueza das vivências, conhecimentos, competências e capacidades únicas destas pessoas, aliados à maior disponibilidade de tempo (OMS, 2005; Pimentel, 2001; SNS, 2017).

A maior disponibilidade de tempo na idade da reforma, associada ao aumento dos anos de vida saudável aos 65 anos (INE, 2021) constituem uma oportunidade para o lazer, a socialização, a aprendizagem, o desenvolvimento pessoal, a partilha entre gerações, a realização de projetos de vida, a dedicação à vida familiar, a participação na vida pública e comunitária, o voluntariado, o turismo, ou até mesmo a manutenção de uma atividade laboral (Fonseca & Sousa, 2021; Pimentel, 2001; Rosa, 2012; Sousa, 2010).

Mesmo em casos de institucionalização, as relações sociais externas, as saídas da instituição em iniciativas lúdico-culturais, ou ações de vinda do exterior à própria instituição são essenciais para fomentar o envelhecimento ativo (Pimentel, 2001). Esta pode e deve ser uma fase ativa, prazerosa e participativa da vida de cada indivíduo, independentemente do seu nível de autonomia (Teixeira et al., 2012).

Quanto à realidade portuguesa nesta matéria, Cabral (2013) conclui que não é muito positiva, pois «verifica-se que a adopção das práticas associadas às recomendações do envelhecimento activo por parte dos seniores portugueses é claramente minoritária: cerca de 30 por cento apenas» (p. 281).

É importante também referir as limitações que determinadas circunstâncias excepcionais, como foi o caso da pandemia COVID-19, trazem ao envelhecimento ativo. Segundo as Nações Unidas (ONU, 2020) a pandemia impactou as pessoas mais velhas, não apenas no que à doença e à taxa de mortalidade diz respeito, mas também em âmbitos tão diversos como a privação de cuidados de saúde regulares ou alheios à COVID-19, o aumento da pobreza, a degradação da saúde mental e das condições de bem-estar, o agravamento do isolamento social ou as atitudes de discriminação. Além disso, sofreram a impossibilidade de participação cultural, agravada nos casos de infoexclusão.

1.2.3. Práticas Culturais dos Idosos

Citando Cabral (2013):

«É-se necessariamente mais doente à medida que se envelhece, mas não se é necessariamente mais infeliz se houver qualidade de vida, actividades individuais e sociais diversificadas que preencham o quotidiano, bem como uma rede de relacionamentos estável que, em conjunto, ajudem a projectar uma visão mais optimista do envelhecimento». (p. 279)

A participação social impacta positivamente a qualidade de vida, que por sua vez, tem efeitos positivos na saúde. Fala-se, por exemplo, da pertença associativa, da participação em actividades organizadas por diferentes entidades ou a participação em grupos de convívio. Estas são algumas das formas que os idosos reformados têm de ocupar o seu tempo livre.

Cabral (2013) identificou as actividades de tempos livres que os portugueses com mais de 65 anos mais realizam: «ver televisão», «realizar tarefas domésticas», «passear», «ler», «visitar amigos e conhecidos ou convidá-los para sua casa», «ouvir música» e «ouvir rádio». Verificou-se a preferência pelas práticas domésticas perante as de saída cultural, como já se havia demonstrado, em 2001, através de Lopes et al. e, em 2012, no estudo de Teixeira et al. Todavia, a inscrição em Universidades Séniores tem vindo a aumentar significativamente. Foi possível, também, chegar a conclusões sobre quem pratica mais este tipo de actividades: «pessoas do sexo masculino, mais novas, mais escolarizadas, casadas e ainda a trabalhar» (Cabral, 2013, p. 236).

Focando nas práticas de carácter cultural, segundo o recente estudo sobre as práticas culturais dos portugueses (Pais et al., 2022) «salta à vista a percentagem reduzida de pessoas com 65 anos ou mais que referem ter alguma das práticas seleccionadas» (p. 361). As razões apontadas para as escassas práticas culturais destas pessoas são os baixos níveis de rendimentos e de escolaridade, o estado de saúde, a mobilidade e o grau de autonomia ou dependência. As práticas culturais que as pessoas com mais de 65 anos mais apontam realizar são «livros», «festival ou festa local», «monumento histórico» e «museu» (p. 362). Estes dados corroboram aqueles fornecidos pelo Eurobarómetro (2013) que nos demonstram que as práticas de visitas a museus e galerias por parte dos portugueses são das mais baixas da União Europeia (p. 1).

No estudo de Cabral et al. (2011), Lisboa é apresentada como uma cidade bastante envelhecida, em que metade da população tem 50 ou mais anos¹⁷, e um quarto tem 65 ou mais. Os níveis de escolaridade são predominantemente baixos e estas pessoas identificam-se como pertencentes à classe baixa ou média-baixa. Estes dois últimos indicadores estão, contudo, em «melhoria gradual» (p. 59). As actividades culturais são pouco praticadas e valorizada pelos idosos lisboetas, sobretudo pelos mais velhos, que passam a maioria do seu tempo de lazer em

¹⁷ Neste estudo incluíram-se pessoas com 50 ou mais anos (Cabral et al., 2011).

casa, usufruindo de poucos ou nenhuns momentos de socialização. Alguns idosos afirmam mesmo nunca ter praticado determinadas atividades culturais.

Refira-se que, mesmo assim, é em Lisboa que a participação em práticas sociais e atividades de envelhecimento ativo é mais frequente e variada, em comparação com o resto do país. Assim, «os portugueses mais escolarizados, com redes interpessoais de maior dimensão e melhor qualidade de vida são aqueles que mais se envolvem em práticas de envelhecimento ativo» (Cabral et al., 2016, p. 328).

Segundo um recente estudo da Comissão Europeia existe uma relação direta entre a participação cultural dos cidadãos e o seu grau de participação cívica, a coesão social e a democracia (CE, 2023). Assim sendo, a participação cultural, nomeadamente através dos museus, deve ser maximizada, já que resulta em vantagens alargadas à sociedade e aos indivíduos.

Como o artigo 27º da Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948) prevê «Toda a pessoa tem o direito de tomar parte livremente na vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar no progresso científico e nos benefícios que deste resultam.» (*Universal Declaration of Human Rights – Portuguese*).

1.2.4. Perfil do «Novo Idoso»

Na sociedade portuguesa, mantém-se a conceção e estereótipo do idoso como um «grupo de baixo estatuto social e sem grandes capacidades» (Marques, 2011, p. 15). A verdade é que existem indicadores que demonstram que o perfil das pessoas seniores está a mudar.

De acordo com Correia (2014):

«Os idosos do século XXI serão em maior número e mais velhos (porque vivem mais tempo). Serão pessoas com um maior poder económico, porque possuem mais rendimentos. Mais saudáveis e com maior nível de escolaridade, mais ativos tanto a nível profissional, como a nível cívico, pois mais conscientes dos direitos. Igualmente estarão mais disponíveis para usufruir da cultura e do lazer». (p. 52)

A mesma autora salienta que, em Portugal, este perfil do «novo idoso» está a manifestar-se lentamente, pois na realidade portuguesa abunda ainda o desfavorecimento social nestas idades.

Mauritti (2004) refere que o nível de qualificações, a situação perante o trabalho e os recursos económicos são dimensões que afetam determinantemente as práticas sociais e os

padrões de vida na velhice. Já, em 1969, Bourdieu & Darbel apresentaram a tese de que as desigualdades escolares condicionam, determinantemente, as desigualdades culturais.

Como nos mostra a estatística, o nível de qualificações dos portugueses com mais de 65 anos é cada vez mais elevado: a percentagem de pessoas, desta faixa etária, com os níveis de escolaridade completos aumentou, transversalmente, da primária ao ensino superior. Paralelamente, a quantidade de pessoas sem qualquer nível de escolaridade é cada vez mais baixa (passou de 55,6% em 2000, para 11,7% em 2022) (Pordata, 2023). Apesar dos idosos portugueses revelarem ainda níveis de escolaridade baixos, em comparação com os restantes países europeus, «a substituição gradual de gerações trará consigo automaticamente uma melhoria da literacia, em geral, o que não deixará de se repercutir de forma positiva na condição idosa» (Cabral et al., 2016, p. 27) e nas práticas culturais.

Para além da escolaridade, o papel da família e as práticas culturais na infância e na juventude, são também fatores preponderantes na moldagem do capital cultural do indivíduo em adulto e, naturalmente, na terceira idade (Bourdieu & Darbel, 1969; Pais et al., 2022).

A emancipação das mulheres surge como mais um fator de grande transformação social que impactará as pessoas seniores. É possível «distinguir duas estruturas de qualificações profundamente divergentes, mesmo invertidas, entre as gerações de mulheres em idade activa, mais qualificadas do que os seus congéneres do sexo oposto, e as gerações idosas, maioritariamente sem qualquer grau de instrução adquirido» (Mauritti, 2004, p. 346).

Refira-se, também, que em 2024, celebram-se os cinquenta anos do fim da ditadura em Portugal. Cada vez mais os idosos portugueses, viveram a maioria das suas vidas em democracia e no Portugal dos valores europeus.

Tendo tudo isto em conta, e considerando que os seniores mais jovens já aderem mais às práticas de envelhecimento ativo do que os seniores mais velhos, espera-se que estas práticas tenham muito maior adesão no futuro, pelo «novo idoso» (Cabral, 2013).

Como alerta Hooper-Greenhill (1994) «aqueles que estão a envelhecer hoje são pessoas que foram educadas para esperar altos padrões de vida e que viveram uma era de amplo acesso à educação, ao lazer e aos meios de comunicação»¹⁸ (p. 111). A população idosa, cada vez mais instruída, com melhores condições económicas, autónoma e saudável, apresenta cada vez mais «consumos culturais mais exigentes e ativos» (Teixeira et al., 2012, p. 11). A cultura, e os

¹⁸ Tradução própria de «*Those becoming older today are people who have been brought up to expect high standards of living, and who have lived through an era of broad access to education, to leisure and to the media*».

museus em particular, deverão preparar-se para receber e ser recebida por este público e delinear serviços adequados para responder às suas expectativas e necessidades.

1.3. O Museu e o Idoso – Que Relação?

Os museus têm vindo a consolidar a sua missão de instituições promotoras do desenvolvimento social, capazes de promover ações e a aprendizagem transversal para todas as idades. «Para que isso aconteça, parece ser necessário que os seus programas se alicercessem em políticas socioculturais com contornos definidos, emergindo delas projetos que envolvam diversos setores de audiência e, ao mesmo tempo, sejam proativos face aos públicos» (Fróis, 2020, p. 100).

A segmentação de públicos e o trabalho com públicos-alvo é uma abordagem que os museus podem adotar para melhor corresponder à procura e objetivos dos públicos, antecipando as suas necessidades e ajustando a oferta. Assim podem ser desenvolvidas estratégias específicas para chegar e incluir diferentes segmentos da população. A segmentação por idades é uma possibilidade. Aqui, analisa-se a faixa etária sénior.

Todos os indicadores levam-nos a assumir a relevância crescente da relação entre os museus e o público sénior, segmento de público em claro crescimento, crescendo também a procura por atividades socioculturais que respondam às suas necessidades e interesses (Araújo et al., 2022). Como refere Camacho (2021):

«As potencialidades do envelhecimento ativo e o aumento dos níveis de escolaridade dos públicos seniores evidenciam um possível incremento do número e da proporção de públicos idosos em voluntariado e nas associações dos “grupos de amigos” e uma eventual maior participação nas atividades programadas». (p. 13)

Os recursos patrimoniais têm um potencial turístico e de lazer, que pode ser aproveitado pelo turismo sénior (Fonseca & Sousa, 2021). Assim, «se pensarmos que o turismo sénior está a crescer em todo o mundo, há todas as vantagens em tornar o nosso património acessível às pessoas com mais idade» (Mineiro et al., 2017, p. 17), tanto nacionais como estrangeiros.

A visita a museus é uma atividade de lazer que pode-se enquadrar nos âmbito mais vasto do turismo cultural¹⁹. Segundo o estudo de Giammanco et al. (2022), a acessibilidade física dos

¹⁹ Segundo a Organização Mundial do Turismo, turismo cultural é «um tipo de atividade turística em que a motivação essencial é aprender, descobrir, experienciar e consumir os produtos/atrações materiais e imateriais num destino turístico (...)» (OMT, s.d.). Tradução própria de «*A type of tourism activity in which the visitor's essential motivation is to learn, discover, experience and consume the tangible and intangible cultural attractions/products in a tourism destination (...)*».

museus é um dos principais fatores que impactam a visita de pessoas seniores com alguma incapacidade ou necessidade de acompanhamento, a espaços culturais. As estratégias de comunicação e informação direcionadas aos turistas séniores são muito valorizadas, e essenciais para a preparação informada da visita, sobretudo aquela disponibilizada *online*. Já as razões monetárias, não demonstram ser um obstáculo tão decisivo.

Em Portugal, apesar do forte envelhecimento demográfico, Pais et al. (2022) e Teixeira et al. (2012) observam que se regista uma fraca participação cultural das pessoas mais velhas. No universo de visitantes de museus, monumentos históricos, sítios arqueológicos e galerias de arte, a faixa etária menos representada é a de «65+ anos». Segundo Pais et al. (2022), «é uma obrigação da política cultural combater essa desigualdade (...) como me parece dever ser objetivo da programação de museus, teatros, centros culturais, tutelados pelo estado, segundo a missão que lhes for atribuída» (p. 364).

Também os resultados do EPMN, onde «65 e mais» anos é o escalão etário menos expressivo (DGPC, 2016), «chamam, assim, a atenção para o desafio que os museus nacionais enfrentam no sentido da redução das desigualdades sociais, e do acesso pela população menos qualificada, tendo presente o objetivo institucional da democratização» (Neves, 2020b, p. 47).

Identificados, por um lado, os desafios relacionados com o público sénior que os museus enfrentam, e por outro, a importância da prática de atividades culturais para o envelhecimento ativo, importa encontrar estratégias que reforcem esta relação. Antes de mais, convém relembrar que o público sénior é heterogéneo quanto ao seu nível de literacia, situação socioeconómica, saúde, gostos e conhecimentos, sendo essencial não o estereotipar.

Para desenvolver os públicos seniores dos museus, estes devem conhecê-los, ouvi-los e identificar as questões a melhorar na sua oferta e condições de acolhimento. Para motivá-los a participar é necessário encontrar pontos de encontro e de interesse para ambos e explorá-los. Como exemplifica Mendes (2013):

«Nos museus (e não só), deverá começar a pensar-se mais neste público-alvo tão significativo e numeroso, com características e necessidades próprias, às quais se deverá dar resposta adequada. Por exemplo, é provável que muitos dos idosos tenham menos tendência para o manuseamento de equipamento interativo do que os jovens. Mas, em contrapartida, serão mais propensos a usufruírem do visionamento de vídeos, videogramas ou filmes, desde que, para tal, disponham de locais equipados e confortáveis». (p.168)

Alguns princípios a ter em conta são a oferta de ambientes e comunicação sem barreiras, conforto físico, a proposta de serviços e atividades de acompanhamento da visita, a adequação

do discurso sem subestimar os idosos, permitir o diálogo e a valorização dos conhecimentos e da experiência de vida das pessoas (Hsieh, 2010).

Como refere Hooper-Greenhill (1994) «à medida que as pessoas envelhecem, a audição, a visão e a mobilidade diminuem. A oportunidade de fazer as coisas a um ritmo lento, de ter acesso a lugares sentados silenciosos, conforto, manipulação de coleções e recursos de pesquisa, tudo será valorizado»²⁰ (p. 111). Importa, pois, atenuar barreiras físicas, sociais e intelectuais que as pessoas seniores possam sentir na relação com os museus e fazer deles espaços de convívio e participação, onde as pessoas idosas se sintam valorizadas, integradas e autónomas.

Acrescenta-se ainda que, sendo que «a deficiência e a incapacidade são experiências universais» e «o envelhecimento é uma delas.» (Mineiro et al., 2017, p.15), a preparação do museu para receber estas pessoas beneficia toda a população, pois todos serão idosos um dia, e as incapacidades temporárias ou permanentes podem afetar qualquer um.

Sendo que em Portugal, uma grande parte do público sénior apresenta vulnerabilidade financeira, a gratuidade e a aplicação de descontos constitui uma medida relevante (Neves, 2020b). No entanto, não deve ser vista como uma política suficiente, por si só, para conquistar este público.

A programação dirigida à faixa etária sénior pode ser tida em conta. Os idosos devem, obviamente, ser incluídos e participar na programação geral do museu. Todavia, a programação direcionada tem as suas vantagens, nomeadamente a disponibilização de um ambiente amigável, tendo em conta as especificidades das pessoas participantes, bem como o direcionamento de temáticas de interesse para o público (Smiraglia, 2016; Vlachou, 2020).

Este tipo de ação direcionada, tanto em museus como em contextos de estruturas de apoio a esta faixa etária, tem resultado em benefícios comprovados como o aumento da interação social, a redução do isolamento, a melhoria do humor, do estado de espírito, da autoestima, aprendizagem e estimulação cognitiva, bem como benefícios socioeconómicos para a comunidade (Araújo et al., 2022; Smiraglia, 2016).

A programação tem-se focado na população geral ou em determinados segmentos como pessoas que sofrem de Alzheimer ou outro tipo de demência, residentes em instituições de cuidados continuados, utentes de centros de dia, voluntários seniores de museus e idosos com baixo nível de educação. A oferta educacional para esta faixa etária varia entre «visitas guiadas,

²⁰ Tradução própria de «As people become elderly, hearing, vision and mobility decline. The opportunity to do things at a slow pace, to have access to quiet seating, creature comforts, handling collections and research resources, will all be valued».

atividades artísticas, círculos de conversas, análise de obras ou objetos, testemunhos e jogos»²¹ (Araújo et al., 2022, p. 13).

Ucko (2022) também refere o potencial dos museus no que toca à prevenção do declínio cognitivo e à atuação no âmbito da demência, como no caso da doença de Alzheimer. Os museus podem, em colaboração com especialistas, com as próprias pessoas e os seus cuidadores, desenvolver programas que promovam a saúde cognitiva, através de estímulos vários: «os museus oferecem estimulação neural e sensorial, juntamente com envolvimento cognitivo, atividade física leve, afeto positivo e envolvimento social»²² (p. 12). Em Portugal, fundou-se a Rede de Museus para a Inclusão na Demência (MID) em 2023, no sentido de maximizar as potencialidades desta relação, ainda pouco explorada a nível nacional (Alzheimer Portugal, 2023).

Araújo et al. (2022) concluem que nas últimas décadas tem aumentado a oferta de propostas dirigidas a adultos mais velhos. Ainda assim, Smiraglia (2016) afirma que, apesar do público adulto mais velho estar em franco crescimento, ainda são poucos os museus com programação dirigida a esta audiência. Os países que mais têm estado a dar resposta a esta procura são o Reino Unido e os Estados Unidos da América (facto confirmado em Araújo et al., 2022), sendo que os programas realizados enquadram-se nas seguintes categorias: memórias, «*object-oriented*», arte, narrativas e palestras. Diferentes estratégias, abordagens e objetivos podem ser considerados, mas «a relação educacional e social entre os museus e os idosos deve centrar-se em propostas com potencial de envolvimento, inclusão e participação para beneficiar a comunidade e os indivíduos»²³ (Araújo et al., 2022, p. 19).

A formação dos profissionais dos museus, a colaboração com instituições com presença junto da população mais idosa e a avaliação das atividades realizadas são sugestões deixadas aos museus (Smiraglia, 2016).

Por sua vez, Camacho (2021) recomenda linhas de ação como a promoção de projetos especializados em públicos sub-representados através de parcerias, a criação de planos de ação para aplicar um «contrato de impacto social das organizações culturais», a garantia da acessibilidade física, sensorial e cognitiva e a formação dos colaboradores para o acolhimento

²¹ Tradução própria de «*guided visits, artistic activities, conversation circles, analysis of works or objects, testimonials and games*».

²² Tradução própria de «*Museums offer both neural and sensory stimulation, along with cognitive engagement, light physical activity, positive affect, and social engagement*».

²³ Tradução própria de «*Educational and social relationship between museums and older people should focus on proposals for potential of engagement also inclusion and participation to benefit the community and individuals*».

das diversas tipologias de público considerando as suas características e necessidades (pp. 75-76).

Efetivamente, vários autores referem a necessidade da ação dos museus não ser unidirecional (Fróis, 2020; Sousa, 2010; Teixeira et al., 2012; Ucko, 2022). A sociedade atual requer ações conjuntas, parcerias, projetos colaborativos e iniciativas participativas que funcionam como pontes entre a realidade dos museus e a realidade das pessoas idosas, promovendo a coesão social:

«Referimo-nos ao estabelecimento de parcerias entre museus, palácios e monumentos e organizações de cidadãos, associações de defesa do património cultural e de solidariedade social, entidades culturais coletivas - teatros, bibliotecas, associações multidisciplinares - e mesmo artistas. A criação e o desenvolvimento de intervenções articuladas entre museus, monumentos históricos e as entidades regionais de turismo dos diferentes territórios também pode integrar o trabalho cooperativo e em rede». (Pais et al., 2022, p. 227)

Estas colaborações podem resultar, por exemplo, na promoção de ações museais nos espaços que juntam pessoas seniores (atividades denominadas *outreach*) como estruturas residenciais para pessoas idosas (ERPI), centros de dia, centros sociais e paroquiais, universidades seniores, hospitais, entre outros. A saída dos museus, das suas instalações até estas instituições, é uma estratégia que procura mitigar a privação de práticas culturais devido, entre outras, a questões de mobilidade, enquanto atesta a abertura dos museus à sua missão para com as comunidades (Araújo et al., 2022; Hooper-Greenhill, 1994; Ucko, 2022). Como afirma Lamas (s.d.) «a função do museu não se esgota na sua abertura à comunidade. Tem de ser proativo, universalista e chegar aos membros da comunidade que não podem usufruir do seu acolhimento».

Contudo, a receção das pessoas no espaço físico do museu é sempre enriquecedora e é para esta boa receção que os museus devem trabalhar, quer para o acolhimento de visitantes individuais, quer de grupos. Acerca dos grupos note-se que «a maioria dos seniores em Portugal visita em grupos organizados» (Teixeira et al., 2012, p. 1000). A oferta de programação e oferta educativa deve, então, ser adequada, relevante e chegar ao conhecimento destas pessoas e das entidades onde se integram.

Através da educação informal, mas sobretudo da não formal, os museus marcam a diferença na vida das sociedades e, naturalmente, dos idosos (Campos, 2017; Loureiro, 2019). Ao promover oportunidades de educação contínua, os museus contribuem para o envelhecimento

ativo, a participação na sociedade, a valorização pessoal e o desenvolvimento de interesses e capacidades cognitivas, críticas, criativas e de socialização (Hsieh, 2010; Sousa, 2010).

Segundo Hsieh (2010):

«Não é adequado que os idosos se envolvam em atividades de aprendizagem complicadas ou severas; por outro lado, os idosos preferem aprender num padrão de aprendizagem mais informal ou não formal (...) por meio de formas não curriculares de discussões interativas e comunais, apresentações, informações e orientação; bem como aprender com pessoas diferentes, com famílias, amigos, colegas e pessoas com interesses e necessidades semelhantes; através da participação em um grupo ou associação para compartilhar a experiência de vida uns dos outros e desenvolver uma vida pública mais animada»²⁴. (Hsieh, 2020, pp. 4833-4834)

Partindo desta premissa, as ações de mediação cultural direcionadas a idosos não devem atribuir-lhes um papel passivo. Devem olhar para o idoso como um agente ativo da sua educação, com conhecimentos, experiências e motivações próprias, e partir daí (Hsieh, 2010, Loureiro, 2019). Devem-se usar metodologias «motivadoras, promotoras de desenvolvimento pessoal, grupal e comunitário, dialógicas (partindo dos interesses, aspirações e saberes dos idosos), participativas, cooperativas, flexíveis, personalizadas, diferenciadas» (Cunha, Pereira & Loureiro, 2019, p. 51). Deve-se prever o envolvimento das pessoas e das comunidades desde as raízes dos projetos, envolvendo-as em todas as fases e não apenas no seu consumo final (Brighenti, 2021).

Segundo Antunes & Jesus (2018) e Sousa (2010) os SE dos museus devem usar estratégias de Animação Sociocultural (ASC) para o acolhimento e promoção da educação não formal de idosos, uma vez que estas baseiam-se no conceito de participação ativa, indispensável ao envelhecimento ativo. Esta metodologia prioriza «a criatividade, as artes, a expressão, o ócio recreativo e o “empowerment” do indivíduo», bem como a área cultural (Sousa, 2010, p. 8).

Antunes & Pereira (2014) demonstram que a ASC é uma prática com resultados positivos comprovados em contexto institucional de terceira idade. Promove e previne a saúde física, mental e a esfera relacional e social e, em última instância, contribui para o seu bem-estar e felicidade ao «atribuir ao idoso o papel de protagonista da sua história de vida e por uma postura ativa e participativa» (p. 136).

²⁴ Tradução própria de «it is not suitable for the older people to be engaged in the complicated or severe learning activities; on the other hand, the elderly people prefer to learn in a more informal or non-formal pattern of learning (...) through the non-curriculum forms of interactive and communal discussions, presentations, information and guidance ; as well as, to learn with different people, with families, friends, colleagues, and people of similar interests and needs; through participation in a group or association to share each other's life experience and to develop a more lively public life».

Como estratégias de ASC que incentivem a participação dos idosos, Gama et al. (2014) elencaram «conhecer cada pessoa», «estabelecer um contacto periódico», «escolher atividades que despertem interesse», «ouvir o público durante e na preparação das atividades», «realizar atividades intergeracionais», «usar os idosos como recursos humanos para atividades com outros públicos» (p. 153-156), entre outras. Estas são recomendações que podem ser aplicadas à atividade dos SE de museus.

Como afirma Loureiro (2019), é importante criar projetos e atividades com as pessoas e não para as pessoas, com os idosos e não apenas para os idosos, «é neste cenário que o conceito de visitante transita para a noção de participante ativo» (Pais et al., 2022, pp. 227-228). A programação dos equipamentos culturais é, assim, vista como um meio a ser maximizado, no sentido de fortalecer as práticas culturais dos mais velhos.

Na sociedade atual, em grande transformação demográfica, as relações intergeracionais são um desafio, mas também, uma oportunidade para a partilha de diferentes valores, experiências e comportamentos (Hsieh, 2020). As ações intergeracionais são preconizadas pela OMS (2005; 2009) como um contributo para a solidariedade intergeracional e para a criação de elos entre gerações. E não apenas as relações dentro das próprias famílias (avós e netos), como também aquelas decorrentes fora da rede familiar. Segundo, Marques (2011) a ideia de separação dos grupos etários, em que cada um frequenta espaços e atividades distintas, contribui para atitudes de discriminação e deve ser descontinuada.

A intergeracionalidade é um recurso que pode e deve ser potencializado pelos museus, como alternativa à segmentação de faixas etárias. O museu pode ser um ponto de encontro entre gerações, cumprindo um papel social urgente numa sociedade em profundo envelhecimento demográfico (Loureiro, 2019). Esta interação nos museus é pertinente se pensarmos que os museus são espaços de memória, de ligação à comunidade, de partilha, de encontro com a nossa identidade e valor (Sousa, 2010). Tanto as gerações mais velhas, como as mais jovens, beneficiam da interação e diálogo com estes valores da comunidade a que pertencem (ou não pertencem).

A prática da «prescrição cultural», iniciada no Reino Unido, tem sido alargada a outros países, com sucesso. Os prestadores de cuidados de saúde prescrevem aos seus pacientes, atividades culturais e sociais do seu interesse, como visitas e atividades em museus, potenciadoras do bem-estar e da saúde dos adultos mais velhos, sobretudo numa perspetiva de prevenção (Todd et al., 2017; Ucko, 2022). Os museus são recursos acessível e numerosos em diferentes geografias, podendo trabalhar em parceria com a saúde pública, para criar este tipo de programas. Todd et al. (2017) revelam que programas de museus direcionados a idosos

socialmente isolados apresentam resultados muito positivos. Estes programas, prolongados no tempo fomentam a interação social e o envelhecimento ativo, contribuindo para a redução do isolamento social e da solidão na terceira idade. Assim, «o âmbito destas intervenções inclui proporcionar significado e novas oportunidades para ser criativo e construir relações»²⁵ (Todd et al., 2017, p. 48), relações essas que se podem prolongar além do espaço do museu.

Teixeira et al. (2012) desenvolveram um estudo pioneiro em Portugal, onde relacionam a oferta dos museus com a procura por parte do público sénior. De entre as conclusões a que chegaram, destaca-se o aumento, entre 2009 e 2011, dos museus em cujo plano de atividades constava o público sénior.

Do lado da procura, constatou-se, uma vez mais, que a frequência de visitas a museus nas pessoas com mais de 65 anos é proporcional ao seu nível de escolaridade. Quanto àquilo que os motiva mais nas experiências de tempos livres, surgem «conviver», «aprender», «participar» e «sentir-se bem» e, quando visitam museus, valorizam muito um bom guia. Quanto àquilo que sentem condicionar a visita destacaram «o preço», «os horários», «a localização», «a falta de tempo», «a fadiga mental e física», «as ocupações familiares», «a falta de companhia» e a falta de «acesso à informação sobre a existência do museu», entre outros. Algumas das dimensões das acessibilidades dos museus que receberam nota menos positiva, por parte dos visitantes seniores, foram as casas de banho, as zonas de descanso e os conteúdos informativos.

A geração menos escolarizada relata, frequentemente, a sua primeira visita a museus já na idade adulta e ainda existem aqueles que nunca frequentaram museus. Como expõe Hsieh (2010) «para alguns idosos, o museu apareceu na sua vida recentemente e assumem-no como um lugar de prestígio para os ricos ou para aprender apenas, não um lugar de lazer, de entretenimento, ou para eles»²⁶ (p. 4835). Espera-se que estas assimetrias, que espelham as diferenças sociais e territoriais dos seniores portugueses, esmoreçam com as transformações sociais e demográficas.

O estudo aponta algumas recomendações, destacando-se, aqui, algumas deixadas aos museus: colaborar mais ativamente com instituições como as universidades seniores e os centros de dia; oferecer oportunidades de voluntariado sénior; ir ao encontro dos idosos com limitações de mobilidade; não esquecer os suportes tradicionais de divulgação; promover campanhas de gratuidade e de descontos e ou facilitar visitas repetidas; promover o museu

²⁵ Tradução própria de «*the scope of such interventions includes providing meaning and new opportunities to be creative and build relationships*».

²⁶ Tradução própria de «*for some seniors, museum turns up in their life just recently and they presume it as a prestigious place for the rich or for learning only, not a place for leisure, for entertainment, or for them*».

como espaço de socialização e convívio; preferir os grupos pequenos nas visitas guiadas; criar oferta específica para este público-alvo e para grupos intergeracionais; investir em projetos de proximidade; criar mais zonas de descanso na exposição; dar formação adequada a quem acolhe este público; recolher estatística e realizar registos de avaliação das práticas realizadas, entre outras sugestões (pp. 98-103).

Num outro estudo, Ferreira (2021) procedeu a um estudo de caso com museus estabelecidos em Lisboa, analisando a sua relação com o público sénior. As conclusões passam pelo encontro de características comuns, naquilo que este público procura: bem-estar, empatia, respeito, criação de relações, recordar memórias, despertar de sentimentos, interação e diálogo. A oferta de atividades direcionadas nas instituições analisadas é, ainda, escassa, havendo, no entanto, um grande esforço de adaptação ao público sénior, vontade e disponibilidade para melhorar a oferta, no futuro, tendo em conta o crescimento deste segmento de público.

Os museus tanto contribuem para a vida ativa e participativa das pessoas mais velhas, como também beneficiam desta interação. Os contributos destas pessoas para os museus podem passar por programas de voluntariado especializado, uma política que permite a manutenção de um papel na sociedade e a realização pessoal, enquanto é proveitoso para o museu. A própria partilha de memórias, testemunhos e até doações materiais são também de grande valor para os museus e para os seus profissionais (Araújo, 2022; Smiraglia, 2016).

A memória é, de facto, um ponto de encontro incontornável entre os museus e as pessoas seniores. Os primeiros têm o potencial de evocar memórias, reflexões e emoções nos segundos. Para estes, as «experiências vividas, são guardadas em um museu peculiar, seu próprio corpo» (Tizzo & Carvalho, 2019). Como Sousa (2010) afirma «a relação entre o museu e o idoso é flagrante: ambos são o centro da memória cultural local neste tempo de mobilidade constante, ambos podem ser o ponto de equilíbrio deste mundo em movimento» (p. 10).

CAPÍTULO 2

Estratégia Metodológica

Segundo Alan Bryman (2012) as etapas estruturais de uma investigação em ciências sociais são: a revisão de literatura, a definição de conceitos e teorias, a identificação da questão de investigação, a escolha do caso de estudo e a definição da amostra. Seguem-se a recolha de dados, a sua análise e, finalmente, a redação dos resultados e conclusões (Bryman, 2012, pp. 8-16). Esta é a base metodológica que guiou a presente investigação embora, não necessariamente por esta ordem, pois as diferentes fases decorrem em paralelo, frequentemente.

Numa primeira fase, fez-se uma ampla pesquisa bibliográfica e documental, com recurso aos repositórios científicos e académicos e aos catálogos de diversas bibliotecas. Consultaram-se livros e obras de referência, estudos e artigos científicos publicados em revistas diversas, bem como publicações disponibilizadas *online* e em *websites* institucionais. Também se contemplou a legislação em vigor e os dados estatísticos oficiais. Esta pesquisa foi a base para a redação do capítulo 1 «Enquadramento Teórico», dedicado à revisão bibliográfica que delimita, explora e desenvolve o estado da arte na área em estudo, bem como define os conceitos-chave relacionados (Bryman, 2012; Creswell, 1994).

Em simultâneo, foi-se esboçando o índice geral, seguindo a diretiva de Umberto Eco (1977) que defende que este deve ser um dos primeiros passos de uma tese. Mesmo que reestruturado frequentemente, o índice acabou por servir como «plano de trabalho» (Eco, 1977, p. 123) que orientou todo o processo de investigação.

2.1. Objetivos

No estudo da relação dos museus com os seus públicos, partiu-se da ideia de que não existe um público de museus, mas sim públicos (Hooper-Greenhill, 1994). Tendo esta convicção presente, a proposta passa por estudar o segmento etário sénior. A relação entre os museus e o público sénior tem sido, crescentemente, alvo de reflexão, nomeadamente nas áreas de estudo da Educação, da Gerontologia, da Psicologia e da Museologia (Araújo et al., 2022).

Com o presente estudo, pretende-se contribuir para a produção de conhecimento sobre esta relação, ao analisar o contexto específico do município de Lisboa, através da experiência dos seus museus municipais (a oferta) e dos seus visitantes seniores – a nível individual e a nível das instituições a que se associam (a procura). Em que se baseia e materializa esta relação? Que

perceções têm a oferta e a procura? Estarão em consenso? Que benefícios podem resultar desta relação? Estas são algumas das questões às quais se procura responder.

Nesta investigação teve-se em conta ambas as vertentes da temática: a oferta e a procura, definindo como objetivos:

- Compreender o papel dos museus na promoção do envelhecimento ativo e na participação do cidadão sénior, nomeadamente através das ações educativas;
- Caracterizar as expectativas, experiências e necessidades das pessoas mais velhas no que concerne à sua relação com os museus;
- Relacionar as propostas dos museus municipais de Lisboa com a demanda por parte dos visitantes seniores e das instituições a que se associam, identificando convergências e/ou lacunas.

2.2. Estudo de Caso

Não podendo chegar a todos os museus, nem a toda a população sénior, seguiu-se o tipo de amostragem *purposive sampling*. Com este método escolhe-se a amostra de elementos cujas características são relevantes para os objetivos de pesquisa. Este tipo de amostragem não permite generalizar os resultados a toda a população (Bryman, 2012). Apesar desta limitação, julga-se ser conveniente e profícua esta abordagem como uma contribuição para a compreensão do todo.

A delimitação do campo de estudo aos museus municipais de Lisboa prendeu-se com vários fatores como o facto dos museus da AML serem os mais visitados do país²⁷, sendo assim, de expectar uma forte dinâmica de públicos. Por outro lado, estes museus são geridos pela mesma empresa, a Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural, E.M. (EGEAC), havendo, por isso, uma certa uniformidade de normas, estatísticas e linhas orientadoras. Não obstante, existe autonomia de gestão e bastante diversidade dentro deste elenco de museus.

Por fim, a EGEAC definiu, entre os seus eixos estratégicos, a «Igualdade, diversidade e acessibilidade», a «Valorização do património monumental e cultural» e o «Revigorar as áreas da Museologia e das artes plásticas» (EGEAC, 2023b), diretrizes que vão de encontro à problemática da relação entre museus e público sénior.

Os seis museus em análise são: Atelier-Museu Júlio Pomar; Casa Fernando Pessoa; Museu Bordalo Pinheiro; Museu da Marioneta; Museu de Lisboa (composto por cinco núcleos: Palácio Pimenta, Teatro Romano, Santo António, Casa dos Bicos e Torreão Poente) e Museu do Fado.

²⁷ Segundo as Estatísticas da Cultura - 2021, por região (NUTS II), os museus da AML receberam o total de 2 884 040 visitantes, no ano de 2021, o que corresponde a 38,5% do total nacional (INE, 2022, p. 124).

Apesar do Museu do Aljube – Resistência e Liberdade ter sido incluído no plano inicial, não foi possível a sua participação.

Por sua vez, para compreender a perspetiva do público idoso, balizou-se uma amostra e contactou-se sete instituições com atividade junto de pessoas em idade sénior, em contextos diversos, mas sediadas no concelho de Lisboa. As instituições selecionadas foram: Associação Portuguesa dos Amigos dos Castelos (APAC); Centro Social e Paroquial de Nossa Senhora da Penha de França; ERPI Nossa Senhora do Carmo da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa; Espaço Briosos de Alvalade; Fundação INATEL; Junta de Freguesia de Campolide e Universidade Sénior de Santa Maria Maior.

Com esta amostra variada de instituições, de representação e presença social heterogénea, pensa-se atingir a realidade de uma pluralidade de pessoas seniores, com experiências, contextos e pontos de vista diferentes. Tal como Bryman enunciou (2012) «frequentemente, o investigador deseja uma amostragem que garanta que haja bastante variedade na amostra resultante, de modo que os elementos difiram uns dos outros em termos de características-chave, relevantes para a questão de pesquisa» (p. 418).

Não se poderia dar esta investigação por completa, se não se incluísse o parecer das próprias pessoas seniores. Para este objetivo, optou-se por inquirir pessoas que se enquadrassem nos seguintes critérios: ter 60 ou mais anos, estar integrado em grupos constituídos por pessoas em idade sénior, pertencer a um grupo de uma instituição nacional, ter participado numa atividade educativa num dos seis museus em estudo, dentro de um determinado período.

2.3. Métodos de Pesquisa

Sendo a questão de investigação direcionada para uma perspetiva de convicções, avaliação crítica de experiências, descrição e atribuição de significados, mais centrada na compreensão dos diversos contextos individuais, do que na generalização dos factos, a abordagem de pesquisa qualitativa revelou ser a mais adequada (Braun, V. & Clarke V., 2022; Creswell, 1994). Como defende Creswell (1994) «O objetivo da pesquisa qualitativa é compreender uma situação social, evento, função, grupo ou interação particular»²⁸ (p. 161).

A técnica de entrevista semiestruturada foi empregue para a recolha dos dados respeitantes aos museus e às instituições, permitindo a recolha de informações qualitativas, podendo também obter-se, através dela, determinados dados quantitativos (Bryman, 2012).

²⁸ Tradução própria de «*The intent of qualitative research is to understand a particular social situation, event, role, group, or interaction*».

Apesar da abordagem qualitativa predominar neste estudo, empregou-se também, a abordagem quantitativa, através da aplicação de questionários individuais. Este método revelou ser o mais eficaz para obter dados mensuráveis de um largo número de indivíduos (Bryman, 2012).

Desta forma, aplicou-se o método de pesquisa misto ao combinar a pesquisa quantitativa com a pesquisa qualitativa, com o intuito de utilizar o método mais adequado para chegar a cada um dos participantes no estudo. Os dois métodos de pesquisa foram aplicados separadamente, em duas fases, num modelo denominado «*two-phase design*» por Creswell (1994). Os resultados também são apresentados separadamente, contudo, numa fase final, estes dados são cruzados e confrontados. Apesar de se tornar um estudo demorado e extenso, permite beneficiar das vantagens de ambos os métodos e reunir dados mais completos e complementares possíveis. Como afirma Creswell (1994) «É vantajoso para o investigador combinar métodos para melhor compreender um conceito a ser testado ou explorado»²⁹ (p. 177).

A recolha de dados relativos aos casos de estudo dividiu-se em quatro fases, sendo as três últimas, referentes a dados primários:

- Pesquisa de dados através do *website*, da oferta educativa e da programação de cada museu e instituição;
- Entrevistas semiestruturadas aos responsáveis dos museus e ao representante da EGEAC;
- Entrevistas semiestruturadas aos responsáveis das instituições que trabalham com pessoas seniores;
- Questionários às pessoas seniores que visitaram os museus em estudo.

2.3.1. Entrevistas

O contacto inicial com os museus e com as instituições ocorreu via *e-mail*, entre setembro e outubro de 2022, com vista à marcação das entrevistas. Estas realizaram-se entre os meses de outubro de 2022 e janeiro de 2023, presencialmente, com exceção de uma, que teve lugar via *Zoom* (Fundação INATEL). Já a entrevista ao representante da EGEAC decorreu no mês de julho de 2023, por razões de disponibilidade. Após informação aos participantes e, com o devido consentimento informado, as entrevistas foram gravadas, para análise posterior.

As entrevistas foram orientadas por um guião de perguntas pré-estabelecidas. Redigiram-se três guiões diferentes, um para os responsáveis dos museus, outro para os responsáveis das

²⁹ Tradução própria de «*It is advantageous to a researcher to combine methods to better understand a concept being tested or explored*».

instituições que trabalham com pessoas seniores e um terceiro para o representante da EGEAC³⁰. Os guiões são flexíveis e admitiram-se alterações, como a ordem das perguntas, ou o acrescentar de questões extra, que fossem necessárias para melhor compreender os factos (Eco, 1977; Ghiglione R. & Matalon B., 2001).

A entrevista semiestruturada «mais do que recolher informação “realista” sobre factos, permite o acesso a uma narração que os comenta, valoriza, interpreta, relaciona e contrasta com outros factos» (Ferreira, 2014, p. 176). Assim, deu-se espaço aos entrevistados para que exprimissem as suas opiniões e reflexões, livre e aprofundadamente, e direcionassem as questões para as suas realidades. A duração das entrevistas variou entre 40 minutos e 1 hora e 23 minutos, totalizando cerca de treze horas.

Nos quadros, em seguida, figuram os detalhes das entrevistas:

Entrevistado	Nome do museu	Responsável entrevistado	Função	Data da entrevista
E1	Museu Bordalo Pinheiro	Liliana Pina	Coordenadora do Serviço Educativo	17/10/2022
E2	Museu de Lisboa (composto por cinco núcleos)	David Felismino	Diretor-Adjunto	24/10/2022
E3	Casa Fernando Pessoa	Teresa Ramos e Andreia Almeida	Coordenadora do Serviço Educativo e Técnica do Serviço Educativo	25/10/2022
E4	Museu da Marioneta	Margarida Ferra e Rafael Alexandre	Responsável de Comunicação e Técnico do Serviço Educativo	07/11/2022
E5	Atelier-Museu Júlio Pomar	Sara Matos e Rita Salgueiro	Diretora do Museu e Responsável do Serviço Educativo	05/12/2022
E6	Museu do Fado	Sara Pereira	Diretora do Museu	19/01/2023

Quadro 1 - Entrevistas aos museus municipais de Lisboa.

Fonte: Elaborado pelo autor.

³⁰ Os guiões das entrevistas podem ser consultados em Anexos B, C e D.

Entrevistado	Nome da instituição	Responsável entrevistado	Função	Data da entrevista
E7	Centro Social e Paroquial de Nossa Senhora da Penha de França	Liliana Miranda	Animadora Sociocultural	10/10/2022
E8	Universidade Sénior de Santa Maria Maior «Saber Maior»	Ana Fernandes	Técnica da Junta de Freguesia responsável pelo projeto	14/10/2022
E9	Fundação INATEL	Ana Maciel	Gestora de Produto - Programação turística	25/10/2022
E10	Junta de Freguesia de Campolide	Miguel Marques, Raquel Silva, Patrícia Pesqueira e Inês Brito	Presidente da Junta de Freguesia e Técnicas do Departamento de Ação Social	24/10/2022 15/12/2022
E11	Associação Portuguesa dos Amigos dos Castelos (APAC)	Margarida Valla, Joana Pinho e Rosa Alves	Presidente, Vice-Presidente e Voluntária responsável pelo acompanhamento de grupos	31/10/2022 11/11/2022
E12	Espaço Briosos de Alvalade	Ana Silva Almeida (com participação de duas utentes - Maria da Graça Correia e Ana Burguière)	Técnica Superior responsável pelo projeto e seniores utentes	19/12/2022
E13	ERPI Nossa Senhora do Carmo da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa	Rita Marques Silva	Diretora	20/12/2022

Quadro 2 - Entrevistas às instituições que trabalham com pessoas seniores.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Entrevistado	Nome da instituição	Responsável entrevistado	Função	Data da entrevista
E14	EGEAC	Pedro Moreira	Presidente do Conselho de Administração	14/07/2023

Quadro 3 - Entrevista ao representante da EGEAC.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Optou-se por fazer transcrição seletiva ou parcial das entrevistas, com análise temática. O objetivo principal deste processo é reduzir a quantidade de informação resultante das entrevistas e reter apenas o que é essencial para a investigação, enquanto permite cruzar, relacionar e comparar dados dos diferentes entrevistados. Neste processo, que se revela moroso, começam a emergir as primeiras conclusões (Azevedo et al., 2017; Bryman, 2012; Creswell, 1994). Este método requer ouvir as entrevistas gravadas, interpretá-las e enquadrar as respostas obtidas em temas e subtemas estruturais para o estudo, num processo de «transformação da narrativa oral em narrativa escrita» (Costa, 2014, p. 5).

Ao fazer-se a transcrição, atribui-se a informação ou as citações relevantes a uma categoria ou etiqueta temática, com recurso a uma tabela em Microsoft Excel. Como sustenta Creswell (1994) «pesquisa qualitativa é pesquisa interpretativa»³¹ (p. 147). Este é, de facto, um método reflexivo e interpretativo que deve ser desenvolvido da forma mais rigorosa possível, já que como diz Azevedo et al. (2017) «a qualidade da análise de dados está intimamente relacionada com a qualidade da transcrição» (p. 166) (Braun V. & Clarke V., 2022; Costa, 2014, p. 5).

Na transcrição de excertos das entrevistas, optou-se por identificar os entrevistados com um código (E1 a E14), conforme a primeira coluna dos quadros 1, 2 e 3. Note-se, ainda, que a ordem em que os museus e as instituições são apresentados, nas tabelas anteriores e no decorrer de todo o trabalho, segue o critério da data em que as entrevistas decorreram.

Os tópicos definidos para a análise das entrevistas aos museus foram dez:

- Estatística de visitantes seniores;
- Condições de acesso e modo de visita;
- Acessibilidades;
- Oferta de atividades;
- Visão do museu quanto ao público sénior;

³¹ Tradução própria de «*Qualitative research is interpretative research*».

- Preocupações e estratégias de acolhimento;
- Caracterização do Serviço Educativo e extensão do museu às instituições;
- Divulgação e parcerias;
- Desafios sentidos com o público sénior e impacto da COVID-19;
- Avaliação e objetivos para o futuro.

No caso das entrevistas às instituições, analisaram-se outras dez temáticas:

- Caracterização dos participantes das instituições;
- Papel dos museus no envelhecimento ativo e parcerias;
- Frequência de museus e satisfação geral;
- Acessibilidade física e intelectual;
- Profissionais de museus;
- Dificuldades encontradas e razões para não visitar mais museus;
- Oferta dos museus e comunicação;
- Atividades sobre museus dentro da instituição;
- Relação e impacto das visitas a museus nos participantes da instituição;
- Experiência com museus geridos pela EGEAC.

Na entrevista ao responsável da EGEAC abordaram-se os seguintes tópicos:

- Eixos estratégicos da empresa;
- Estatística de visitantes;
- Políticas de acesso;
- Representação do público sénior na generalidade dos públicos;
- Benefícios da relação entre museus e público sénior;
- Projetos e programação centrados neste público-alvo;
- Estratégias e parcerias para chegar a esta faixa etária.

2.3.2. Questionários

A fase seguinte consistiu na aplicação de questionários, de carácter anónimo, diretamente aos visitantes idosos. Com a realização de questionários de autopreenchimento pôde-se avaliar vários indicadores e obter, dados quantitativos diretamente do indivíduo, de uma forma rápida e conveniente (Ghiglione R. & Matalon B., 2001).

A redação e a análise dos questionários³² teve em conta orientações de autores como Bryman (2012), Ghiglione R. & Matalon B. (2001) e modelos como os usados em Ferreira

³² O questionário pode ser consultado em Anexo E.

(2021), Neves (2020a), Neves et al. (2020), Semedo et al. (2020) e Teixeira et al. (2012). Tal como Semedo et al. (2020), procurou-se «desenhar questões para desenvolver uma compreensão sobre os visitantes de museus e monumentos, suas expectativas, motivações e comportamentos complementando as informações de carácter sociográfico com outro tipo de questões» (p. 62), nomeadamente, o nível de satisfação com a experiência.

Os questionários foram aplicados entre os meses de fevereiro e maio, nos seis museus em estudo. As pessoas responderam, voluntariamente, aos questionários impressos, colocados à disposição dos grupos organizados, após a visita aos museus. O objetivo foi alcançar o maior número possível de respostas. Obteve-se um total de 113 questionários preenchidos. Destes, apenas 107 foram validados, por incluírem dados demográficos compatíveis com os critérios definidos.

Museu	Questionários preenchidos
Museu da Marioneta	37
Museu do Fado	26
Museu Bordalo Pinheiro	22
Museu de Lisboa Palácio Pimenta	11
Casa-Museu Fernando Pessoa	10
Atelier-Museu Júlio Pomar	7
Não validados	6
Total validados	107

Quadro 4 - Distribuição dos questionários preenchidos por museu.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Importa mencionar que, durante a primeira aplicação dos questionários, observaram-se algumas dificuldades no preenchimento, por parte de algumas pessoas, nomeadamente no que toca ao tamanho de letra e *layout* do mesmo. Reformulou-se a formatação a fim de torná-los mais curtos, simples e claros. Ainda assim, algumas pessoas continuaram a manifestar dificuldades e necessidade de ajuda no preenchimento. Neste aspeto, a não realização de questionários teste foi uma lacuna por parte do investigador. Apesar disso, observou-se, por parte das pessoas abordadas, um amplo interesse e entusiasmo em participar.

A análise dos dados recolhidos foi feita com recurso ao Microsoft Excel, o que permitiu a sistematização da informação e a produção de tabelas e gráficos com a informação comparada,

visto que as questões são fechadas, com exceção de uma, aberta a sugestões e comentários. Os resultados foram sistematizados dentro dos seguintes tópicos:

- Caracterização sociodemográfica;
- Visita a museus: frequência e contexto;
- Visita a museus da EGEAC;
- Motivações para a visita;
- Avaliação da visita;
- Questão aberta.

Findadas as fases de recolha e análise de dados, seguiu-se o momento de cruzá-los e relacioná-los, desvendar encontros e desencontros nesta relação entre os museus municipais de Lisboa e os seus visitantes seniores. Apresentam-se as conclusões, em relação com a bibliografia, a partir das quais se formula a discussão. No capítulo 3, recorreu-se a quadros, gráficos e citações dos entrevistados para complementar o texto. Refira-se que as orientações de Umberto Eco (1977) foram tidas em conta para a redação.

2.4. Potencialidades e Limitações do Estudo

Entre as potencialidades deste estudo destaca-se a combinação das duas perspetivas, a da oferta e a da procura, não se limitando a uma delas. Isto foi conseguido através do contacto direto com as pessoas e da recolha de dados primários que revelam o ponto de vista de instituições e museus ativos na atualidade. São novos dados, qualitativos e quantitativos, disponíveis para investigação e definição de políticas. Indique-se, também, a criação de uma grelha de questões e temáticas facilmente replicáveis a outros contextos e investigações semelhantes.

Como todos os trabalhos de investigação, também este tem as suas limitações que importa, aqui, referir. A limitação ao estudo de caso escolhido (através do método *purposive sampling*) – os museus municipais de Lisboa (ainda assim incompleto, pela não participação de um dos sete museus municipais) e as sete instituições sediadas no concelho, não permite a generalização dos resultados a um universo mais abrangente.

Os questionários também levantam algumas limitações. Por um lado, a aplicação apenas a pessoas integradas em grupos organizados, não inclui os visitantes livres dos museus. Por outro lado, a dificuldade sentida no seu preenchimento, denota lacunas na formatação dos mesmos, assim admite-se falhas em determinadas respostas decorrentes deste facto, como as respostas deixadas em branco e as respostas múltiplas em perguntas de resposta única.

Por fim, o facto de a estudante ser colaboradora da EGEAC traz tanto potencialidades como limitações. Por um lado, o conhecimento mais abrangente da realidade interna da empresa, a maior proximidade com o caso de estudo e a facilidade de acesso aos equipamentos culturais. Por outro lado, a relação laboral é suscetível de comportar alguns limites como a dificuldade em assumir o distanciamento e a objetividade necessários, ao longo da investigação.

2.5. Apresentação dos Entrevistados

Procede-se agora a uma breve apresentação da empresa, dos museus e das instituições entrevistadas. As entrevistas realizaram-se aos representantes maiores de cada entidade ou aos responsáveis da área relacionada com a temática estudada (em maior detalhe nos quadros 1, 2 e 3). Escolheu-se abordar estes profissionais por serem informadores privilegiados, conhecedores e conscientes da realidade de cada entidade e terem capacidade de intervenção e ação dentro destas.

2.5.1. EGEAC

A EGEAC – Empresa de Gestão de Equipamentos e Animação Cultural, E.M. é a empresa municipal responsável pela gestão, conservação e promoção dos equipamentos culturais municipais de Lisboa (museus, monumentos, galerias, teatros e cinema), bem como pela organização de grandes eventos como as Festas de Lisboa, em junho. A EGEAC é, desde 2003, a sucessora da EBAHL – Equipamentos dos Bairros Históricos de Lisboa, fundada em 1995 (EGEAC, s.d.).

2.5.1.1. Museu Bordalo Pinheiro

Data de 1916 a abertura do Museu Bordalo Pinheiro no Campo Grande, passando poucos anos depois para a tutela da Câmara Municipal de Lisboa. Desde 2016 que faz parte da EGEAC, mantendo sempre a sua missão de preservar, expor e divulgar a vasta obra de Rafael Bordalo Pinheiro e do seu filho, Manuel Gustavo (Museu Bordalo Pinheiro, s.d.).

2.5.1.2. Museu de Lisboa

O Museu de Lisboa é constituído por cinco núcleos: Palácio Pimenta, Teatro Romano, Santo António, Casa dos Bicos e Torreão Poente, mais as Galerias Romanas da Rua da Prata (abertas ocasionalmente). Criado em 2015, em contexto EGEAC e herdeiro do Museu da Cidade,

assume como missão dar a conhecer a identidade e a história da cidade de Lisboa (Museu de Lisboa, s.d.).

2.5.1.3. Casa Fernando Pessoa

Em pleno bairro de Campo de Ourique localiza-se a casa onde Fernando Pessoa viveu os últimos quinze anos da sua vida, hoje espaço museológico dedicado a este poeta, contando, também, com uma biblioteca pública. A Casa abriu em 1993 e, desde 2012, que é gerida pela EGEAC (Casa Fernando Pessoa, s.d.a e s.d.b).

2.5.1.4. Museu da Marioneta

Fundado em 1987, o Museu da Marioneta dispõe de uma coleção de máscaras e marionetas provenientes de todo o mundo. Em 2001, instala-se no Convento das Bernardas, no bairro da Madragoa, após a integração na EGEAC. Para além da exposição, o museu promove espetáculos de marionetas, entre outras atividades regulares (Museu da Marioneta, s.d.).

2.5.1.5. Atelier-Museu Júlio Pomar

Instalado no armazém onde Júlio Pomar planeava instalar o seu atelier e, após intervenção arquitetónica de Álvaro Siza Vieira, o Atelier-Museu foi inaugurado em 2013 e integrado na EGEAC em 2015. A sua ação centra-se na arte contemporânea, abarcando não apenas a obra de Júlio Pomar, mas também a de outros artistas (Atelier-Museu Júlio Pomar, s.d.a e s.d.b).

2.5.1.6. Museu do Fado

Inaugurado em 1998, no antigo edifício da estação elevatória de águas do Recinto da Praia, em Alfama, o Museu do Fado desempenha o papel de ponto de encontro entre os artistas, a comunidade e os públicos do fado. O museu integra também uma escola, uma oficina de construção de guitarra portuguesa e um centro de documentação. Faz parte da EGEAC desde a sua fundação (Museu do Fado, s.d.a e s.d.b).

2.5.2. Instituições com Atividade junto de Pessoas Seniores

2.5.2.1. Centro de Dia do CSP de Nª Senhora da Penha de França

O Centro Social e Paroquial da Penha de França, em Lisboa, desempenha, há várias décadas, um papel de apoio de proximidade junto da comunidade local. De entre as várias valências que dispõe para idosos, o centro de dia que abrange cerca de cinquenta e cinco utentes, desenvolve atividades diárias, das 9h às 18h, de caráter lúdico e terapêutico, bem como outros serviços,

designadamente a alimentação (Centro Social e Paroquial de Nossa Senhora da Penha de França, s.d.; Entrevista a Liliana Pina, 17/10/2022).

2.5.2.2. Universidade Sénior «Saber Maior»

«Saber Maior» é a Universidade Sénior da Junta de Freguesia de Santa Maria Maior, em Lisboa. Desde 2017 que os fregueses com mais de 55 anos se juntam nos vários polos da freguesia, em várias disciplinas, investindo assim, no seu envelhecimento ativo e autorrealização. As atividades decorrem de acordo com o calendário letivo habitual, por um valor simbólico. No ano letivo 2022/2023 estão inscritos 103 alunos (Entrevista a Ana Fernandes, 14/10/2022; Junta de Freguesia de Santa Maria Maior, 2019).

2.5.2.3. INATEL – Turismo

A Fundação INATEL conta já com uma longa história no território nacional, mantendo a sua missão de promover atividades de tempos livres e de lazer para todas as idades, através de áreas como o turismo social, a cultura e o desporto. O departamento INATEL Turismo funciona como uma agência de viagens que organiza circuitos temáticos, em grupo, dentro e fora do país. Sendo o público sénior o cliente predominante, desenvolvem-se programas específicos para pessoas com mais de 55 anos (Entrevista a Ana Maciel, 25/10/2022; Fundação INATEL, s.d.; INATEL Turismo, s.d.).

2.5.2.4. Junta de Freguesia de Campolide

A Junta de freguesia de Campolide, concelho de Lisboa, conta com uma população de 14 787 habitantes, dos quais 24,3%³³ têm mais de 65 anos. Seguindo a tendência nacional, esta é uma freguesia com alta taxa de envelhecimento, apesar de apresentar fortes assimetrias no seu território. De entre as pessoas com mais de 65 anos, 43% possui o 1º ciclo do ensino básico e 10% não possui qualquer nível de escolaridade. A sua história e paisagem são muito marcadas pelo Aqueduto das Águas Livres, monumento do século XVIII. (INE, 2022d e 2022e; Junta de Freguesia de Campolide, s.d.a e s.d.b).

³³ De acordo com os Censos de 2021, em Campolide residem 3 595 pessoas com 65 ou mais anos (INE, 2022d).

2.5.2.5. Associação Portuguesa dos Amigos dos Castelos

A Associação Portuguesa dos Amigos dos Castelos (APAC) celebrou já quarenta anos de trabalho em prol da defesa e valorização do património. Com um vasto programa de atividades culturais e científicas, a APAC conta com cerca de 900 associados ativos. Apesar de ser uma associação que trabalha para todos os públicos, os associados e participantes nas atividades são, maioritariamente, pessoas reformadas (Associação Portuguesa dos Amigos dos Castelos, s.d.; Entrevista a Margarida Valla, Joana Pinho e Rosa Alves, 31/10/2022 e 11/11/2022).

2.5.2.6. Espaço Briosos Alvalade

Em funcionamento desde 2020, o Espaço Briosos Alvalade constitui parte da oferta social da Junta de Freguesia de Alvalade aos seus fregueses mais idosos. No fim de 2022, o Espaço contava com 243 inscritos, neste projeto de aprendizagem não formal, promotor de atividades e disciplinas variadas (Entrevista a Ana Silva Almeida, 19/12/2022; Junta de Freguesia de Alvalade, s.d.).

2.5.2.7. ERPI Nossa Senhora do Carmo – SCML

A Estrutura Residencial para Pessoas Idosas Nossa Senhora do Carmo, localiza-se em Benfica e é tutelada pela Santa Casa da Misericórdia de Lisboa. Foi inaugurada em 2002 e pode acolher até 52 utentes. As suas missões passam por acolher a pessoa idosa, promovendo o seu envelhecimento ativo, a autonomia e a qualidade de vida, prestando os cuidados necessários, sempre em interação com as famílias e a comunidade (Entrevista a Rita Marques, 20/12/2022; Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, s.d.).

CAPÍTULO 3

Apresentação e Análise dos Resultados

3.1. Do Lado da Oferta

3.1.1. A EGEAC

A entrevista ao presidente do Conselho de Administração da EGEAC permitiu compreender o modelo de gestão da empresa, os seus eixos estratégicos bem como as políticas de acesso, a visão quanto aos públicos e a programação, parcerias e ações associadas ao público sénior.

Primeiramente, interessa esclarecer que os equipamentos culturais sob tutela da EGEAC beneficiam de larga autonomia de gestão, devendo, contudo, guiar-se pelos eixos estratégicos da empresa:

- «-Igualdade, diversidade e acessibilidade;
- Valorização do património monumental e cultural;
- Revigorar as áreas da Museologia e das artes plásticas;
- Majorar a componente performativa, diversificar públicos;
- Umas Festas e Eventos que promovam a sustentabilidade». (EGEAC, 2023).

A diversidade dentro do universo EGEAC é vista como uma grande riqueza da empresa. A variedade de temáticas dos equipamentos garante uma diversidade de *target* de públicos, em termos de idades e de interesses, por isso nem sempre é fácil compará-los.

Em termos estatísticos admitiu-se algumas limitações na recolha destes dados, por parte dos museus e anunciou-se que está a iniciar-se um estudo de públicos na empresa. Presentemente, os museus mais visitados são o Museu de Lisboa e o Museu do Fado.

Quanto à política de públicos, seja dos variados equipamentos, seja da programação em espaço público, a diversificação e o rejuvenescimento são os objetivos principais:

«O que temos procurado sempre é a diversificação de públicos.» (E14)

Também foi referido o objetivo de juntar diferentes gerações, nomeadamente nos espetáculos através da mistura de artistas marcantes das várias faixas etárias. Apesar disso, a manutenção do «público habitual» não é esquecida. Segundo o entrevistado, o público sénior engloba-se neste tipo de público pois:

«É um público mais estabilizado, mais assíduo, mais contínuo (...) mantém-se mais fiel, por isso é tão importante.» (E14)

O público sénior é entendido como um participante regular e bem incluído na generalidade da atividade da EGEAC e dos seus equipamentos, pois tem, normalmente, mais interesse pelas tradições da cidade, sendo as Festas de Lisboa e as marchas populares, onde o público é maioritariamente sénior, um ótimo exemplo disso. Destacou-se a marcha da Santa Casa da Misericórdia, cujos participantes são pessoas em idade sénior.

Relativamente às políticas de acesso, abordou-se a política municipal de acesso financeiro «Passe Cultura»³⁴ que garante acesso gratuito aos equipamentos municipais às pessoas com até 23 e mais de 65 anos. A procura tem sido superior na categoria jovem e nos teatros, segundo o entrevistado porque:

«As escolas funcionam em massa, os idosos já não funcionam tão em massa.» (E14)

O público com que mais se trabalha na EGEAC é o de proximidade geográfica, sendo também de referir o estrangeiro. A disponibilidade para trabalhos em parceria é sublinhada:

«Estamos sempre disponíveis e abertos a que outros parceiros nossos possam integrar aos programas que nós desenvolvemos. Situações mistas porque nós nem sempre nos apercebemos das disponibilidades que as instituições onde as pessoas idosas estão, podem ou não dispor. Por isso, batendo-nos elas à porta (...) conseguimos construir em conjunto.» (E14)

Centrando na atividade dos museus dentro da faixa etária sénior, destacam-se alguns trabalhos que já têm sido desenvolvidos com entidades que trabalham com pessoas mais velhas. Estas colaborações permitem chegar mais facilmente a estas pessoas, convidando-as a visitar:

«Trabalhar com grandes entidades ajuda para conduzir esse público sénior aos próprios museus, porque o contacto pessoa a pessoa é mais difícil.» (E14)

Alguns projetos têm incidido em alguns segmentos específicos dentro desta faixa etária. Para além disso, os progressos desenvolvidos no âmbito das acessibilidades têm permitido um acolhimento mais adequado a todas as pessoas.

Sobre a programação dirigida a esta faixa etária, segundo o representante da EGEAC, fará sentido dependendo da estratégia de cada museu. É importante trabalhar *targets* de público de certa forma menosprezados ou minoritários, mas não se deve forçar programação para públicos que não se relacionam com o equipamento. Mais uma vez, importa relembrar que cada museu é uma realidade diferente.

³⁴ Medida, inicialmente, válida entre 1 de dezembro de 2022 até 30 de junho de 2023 e posteriormente prolongada até ao fim de 2023 (CML, 2023).

Na análise aos documentos «Instrumentos de Gestão Previsional» dos últimos três anos³⁵, destaca-se o de 2021, desenvolvido em contexto da pandemia COVID-29, quando o risco de isolamento social, sobretudo na terceira idade, era ainda mais elevado. O eixo estratégico «Proximidade e Solidariedade» previa a ação direcionada ao público sénior da seguinte forma:

«O público sénior, particularmente afectado pela pandemia, será objecto de atenção especial da nossa parte, quer no que toca ao desenvolvimento de actividades presenciais com as melhores condições sanitárias e de segurança possíveis, quer no que toca ao estabelecimento de ligações privilegiadas com os mais diversos centros de dia e outras instituições presentes nas áreas geográficas dos nossos equipamentos e que com eles trabalham. Estão ainda a ser pensadas actividades não presenciais e que não sejam forçosamente digitais que possam ser desenvolvidas individualmente a partir de suas casas.» (EGEAC, 2021, p.14)

Acerca dos benefícios que podem resultar da relação entre museus e idosos, o entrevistado acredita que ambos ficam a ganhar, destacando vantagens para os museus e seus profissionais:

- O contributo das partilhas que as pessoas fazem:

«A visita deles acaba por ser uma partilha de vivências anteriores e daquele momento, por isso quem acompanha acaba por beneficiar disso.» (E14)

- O alerta para aspetos a melhorar no museu, através dos seus comentários:

«A pessoa mais idosa é uma pessoa mais atenta, normalmente, e aquela que mais comenta. (...) Permite-nos alertar para determinadas coisas. Eles são muito expressivos, ou gostam ou não gostam e não escondem. São muito sinceros.» (E14)

3.1.2. Os Museus

As entrevistas aos responsáveis dos museus vieram comprovar aquilo que já se tinha constatado com a recolha preliminar de informação: trata-se de seis entidades museológicas distintas, com realidades desiguais, apesar de agregadas na mesma empresa de gestão. Esta apresentação e análise de resultados não ambiciona compará-las nem uniformizar os dados obtidos. O objetivo é apresentar as conclusões das entrevistas, numa ótica de valorização da riqueza encontrada na diversidade de experiências, abordagens e públicos.

³⁵ Documentos disponibilizados no *website* da EGEAC, relativos aos anos de 2021, 2022 e 2023 (EGEAC, 2021; EGEAC, 2022; EGEAC, 2023a).

3.1.2.1. Estatística de Visitantes Seniores

Os museus geridos pela EGEAC seguem uma concertação de metodologias no que concerne à bilhética, estatísticas e sistemas informáticos. Desta forma, a estatística de visitantes é feita através do mesmo sistema informático de bilhética. É feito o registo de visitantes por nacionalidades, residentes do concelho, faixas etárias (0-12 anos; 13-25 anos; 26-64 anos; +65 anos) e tipologia de visita (livre, SE, programação, etc.). Estes tópicos nem sempre são recolhidos conjuntamente ou cruzados para todos os visitantes.

Para a tipologia de visita, bilhetes gratuitos e programação nem sempre é possível registar as faixas etárias dos visitantes. Todos os museus referiram estas e outras limitações do sistema informático relativamente à recolha de dados estatísticos, o que dificulta a produção de dados que consideram muito úteis. Por isso mesmo, alguns museus realizam estatísticas internas mais aprofundadas (através das marcações de grupos para atividades de SE, por exemplo) e planeiam alargar a recolha de dados. Não obstante, também surgiu uma perspetiva particular, descentrada dos dados quantitativos:

«Queremos desenvolver o trabalho e não temos estado muito preocupados com números.» (E5)

Para este estudo, considerou-se pertinente o registo da estatística relativa ao público em idade sénior. Os dados referentes ao ano de 2022, cedidos pelos próprios museus, informam-nos que receberam o seguinte número de visitantes com mais de 65 anos:

	Museu Bordalo Pinheiro	Museu de Lisboa (5 núcleos)	Casa Fernando Pessoa	Museu da Marioneta	Atelier-Museu Júlio Pomar	Museu do Fado
Visitantes +65 anos (2022)	999 (dos quais, 119 em projetos de continuidade)	4 927 ³⁶	1 393 ³⁷	622 (dos quais, 102 em atividades SE)	518 (dos quais, 62 em atividades SE)	4 447 (dos quais, 46 de Universidades Séniores, em atividades SE)

Quadro 5 - Visitantes seniores dos museus municipais de Lisboa, em 2022.

Fonte: Elaborado pelo autor.

³⁶ Visitantes que compraram o bilhete +65 anos, em visitas livres.

³⁷ Visitantes que compraram o bilhete +65 anos, em visitas livres.

De uma forma geral, os visitantes com mais de 65 anos não são o público maioritário destes museus. Apesar de ser difícil comparar estes números, uma vez que a estatística não é feita de igual forma pelos seis museus, assinala-se que aquele que recebeu mais público sénior foi o Museu de Lisboa, seguido do Museu do Fado e da Casa Fernando Pessoa. Se tivermos em conta que os números do Museu de Lisboa englobam visitantes de cinco núcleos, acaba por ser no Museu do Fado que a percentagem de público sénior é mais expressiva, seja em visitantes efetivos do museu seja no âmbito da programação. De resto, este é um público constante deste museu, desde a sua abertura:

«Uma outra parcela de público importantíssima prende-se com a programação do Museu do Fado, dentro e fora de portas (ciclo Há Fado no Cais, no Centro Cultural de Belém, por exemplo) onde o público sénior constitui cerca de 60% a 70% da nossa programação.» (E6)

Todos os museus dispõem de dados relativamente aos visitantes livres com mais de 65 anos. Já a estatística relativa à atividade do SE e à programação geral, nem sempre contempla as faixas etárias, de maneira que não é possível concluir o total de participantes seniores nestas ações. Assim sendo, os números apresentados no quadro 4 não representam a efetiva totalidade de pessoas com mais de 65 anos que visitaram os museus, em 2022, pois faltam dados relativamente ao SE e programação. O Museu de Lisboa afirma que, apesar de não se refletir nos números estatísticos devido às limitações atuais de recolha estatística:

«Pela participação de uma forma geral em todas as nossas atividades (...) diria que um terço, pelo menos, do nosso público é sénior.» (E2)

É de realçar que, de acordo com os museus entrevistados, em 2022, ainda se sentiram constrangimentos e efeitos da pandemia COVID-19 que afastaram muitos visitantes.

3.1.2.2. Condições de Acesso e Modo de Visita

Sendo estes museus, equipamentos culturais municipais de Lisboa, os visitantes com mais de 65 anos, que sejam residentes no município de Lisboa usufruem de gratuidade no seu acesso, ao abrigo da medida Passe Cultura. Para além disso, estes museus oferecem gratuidade aos seus munícipes, de todas as idades, aos domingos e feriados, até às 14h. Trata-se de medidas municipais que têm como objetivo a democratização do acesso à cultura para os seus munícipes, numa perspetiva financeira. De realçar, no entanto, que esta medida não inclui o acesso às atividades de mediação cultural, espetáculos ou outro tipo de programação específica, a pagamento, promovida pelos museus.

Outra política de acesso baseada na idade, comum aos seis museus, é aplicada aos cidadãos com mais de 65 anos, nacionais ou estrangeiros, que não residam no concelho de Lisboa. Estes podem usufruir de um desconto médio de 15% no valor do bilhete individual.

Aos grupos organizados são, por norma, oferecidos preços especiais nas atividades de SE como visitas guiadas e oficinas. Foi, também, referido que há, frequentemente, entidades que pedem gratuidade no acesso devido a dificuldades financeiras, pedido este que é atendido quase sempre:

«Nós não deixamos ninguém de fora, mesmo em atividades que são pagas, normalmente tendemos para a gratuidade, para ser mesmo acessível.» (E1)

A forma como o público sénior visita os museus é diversa, tendo sido referidas as modalidades: visita livre individual ou com amigos e família, atividades para famílias, grupos organizados e projetos de continuidade:

«Há um pouco de tudo, há os que vêm individualmente, há os que vêm com amigos e que vêm fazer a visita livre. Depois nós temos vários grupos de seniores que são habitués e que já nos acompanham há algum tempo.» (E3)

«Os públicos seniores, nacionais e estrangeiros, visitam o Museu individualmente e em grupos organizados com visitas guiadas (...) sendo o público sénior um dos mais preponderantes nas visitas organizadas» (E6)

Uma grande parcela dos visitantes seniores vem em grupos organizados por instituições. Entre elas, as que visitam mais os museus entrevistados são³⁸: equipamentos da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, Centros de Dia, ERPI, Universidades Seniores, Juntas de Freguesia, Instituições Particulares de Solidariedade Social, associações e grupos organizados de pessoas reformadas. De realçar que todos os museus registam a visita recorrente de instituições de proximidade geográfica.

Um museu nota um certo padrão de visita por parte de grupos organizados de pessoas seniores: nos meses de inverno recebem mais centros de dia, ao passo que a partir da primavera visitam mais juntas de freguesia, universidades seniores e algumas instituições de saúde e associações.

É, também, de salientar a presença assídua de público sénior na programação dos museus para público geral, nomeadamente concertos e outros espetáculos, conferências, tertúlias,

³⁸ Listagem por ordem aleatória.

workshops, cursos, formações, apresentações de livros e de álbuns, percursos pela cidade, entre outros eventos por norma, gratuitos. Um museu refere mesmo que a maioria do público da sua programação é, de facto, sénior, onde se inclui público recorrente. Os museus reiteram a presença assídua de pessoas em idade sénior neste tipo de programação paralela:

«Há um público muito fiel, recorrente, que vem a todos os ciclos e não falha uma palestra. E aí é muito diverso o público, pode haver antigos professores de História, pode haver reformados muito interessados (...).» (E2)

«Há um público *habitué* que tem mais de 65 anos [e que vem] (...) seja qual for o tema.» (E3).

3.1.2.3. Acessibilidades

A temática das acessibilidades é crucial quando se fala da terceira idade e do seu bem-estar aquando da visita a um museu. De uma forma geral, os museus consideram ser bastante acessíveis física e intelectualmente. Contudo admitem que podem ir mais além e afirmam estar, presentemente, a trabalhar em aspetos que consideram que podem melhorar. Os seis museus destacaram alguns tópicos que consideram estar bem conseguidos e outros que precisam de melhorar, sistematizados no quadro 6:

	Física	Intelectual/Comunicacional
Bem conseguido	- Existência de elevadores; - Existência de rampas; - Aplicação de pavimento antiderrapante; - Disponibilização de cadeiras de rodas; - Altura dos expositores adequada; - Possibilidade de fornecer bancos/cadeiras;	- Tamanho de letra dos textos e tabelas adequado; - Técnicos de mediação disponíveis no museu; - Disponibilização de audioguias; - Folhas de sala regulares disponíveis; - Disponibilidade de réplicas táteis, linhas de contorno e textos em braile;
A melhorar	- Fraca iluminação; - Falta de autonomia dos visitantes com mobilidade reduzida; - Limitações às alterações dos edifícios que são classificados;	- Inexistência de audioguias; - Linguagem pouco clara dos audioguias; - Fraca legibilidade das tabelas e dos textos; - Pouca informação sobre acessibilidades no <i>website</i>;

	- Inexistência de bancos/cadeiras suficientes.	- Falta de material de apoio à visita acessível como conteúdos em língua gestual, textos em braile e réplicas táteis.
--	--	---

Quadro 6 - Tópicos da acessibilidade referidos pelos museus entrevistados.

Fonte: Elaborado pelo autor.

É importante referir que os seis museus encontram-se em fases diferentes no que toca à implementação das várias questões de acessibilidades. Algo comum a todos é a valorização desta temática e o facto de estarem a trabalhar em melhorias.

Vários museus admitiram limitações devido à própria configuração dos edifícios onde estão instalados, antigos e classificados e, por isso, difíceis de alterar, bem como das ruas onde se localizam. Ainda assim, esforços neste âmbito têm sido desenvolvidos. Exemplo disso é a Casa Fernando Pessoa, recentemente remodelada (2020), tendo bem presente as questões de acessibilidade física e comunicacional. O Museu Bordalo Pinheiro com constrangimentos como uma sala inacessível a mobilidade reduzida e um monta-cargas em vez de um elevador, tem uma renovação prevista. Já o Atelier-Museu Júlio Pomar lamenta não poder ser colocada uma rampa na entrada no edifício, devido às características da própria rua.

Sobre a falta de autonomia dos visitantes com mobilidade reduzida, na entrada ou no interior dos museus, referiu-se que:

«O ideal seria que estas pessoas com mobilidade reduzida, seja pela idade ou por outra condição pudessem fazer uma visita de forma autónoma e não terem de avisar, mas por outro lado dá-nos a oportunidade de nos relacionarmos com estas pessoas, e isso também é bom.» (E4)

Uma questão tida em conta, frequentemente, é o tema cadeiras/bancos. Apesar de não existirem em quantidade suficiente, permanentemente, no percurso das exposições, alguns museus referiram que há a possibilidade de introduzi-los nas visitas guiadas para grupos seniores. O Atelier-Museu Júlio Pomar tem, inclusive, bancos dobráveis que se podem transportar pelo espaço.

Os audioguias são um recurso de acessibilidade comunicacional que os museus entrevistados valorizam. Quatro deles afirmam estar presentemente a trabalhar e a desenvolver ou melhorar este recurso. Para além disso, as réplicas táteis, linhas de contorno e textos em braile estão já a ser utilizados ou a ser desenvolvidos pela maioria dos museus em causa. Os textos de sala e de parede também foram abordados, havendo quem sustente a importância de disponibilizar textos de leitura fácil e quem entenda ser melhor criar apenas um tipo de texto:

«As folhas de sala que fazemos são folhas regulares que servem aos artistas contemporâneos e ao público geral (...) cada público vai buscar a essa folha de sala algum tipo de informação e vai até onde consegue, até onde quer pesquisar, ou até onde procurar (...). Digamos que aquela folha é uma base que nem subestima, nem sobrestima. Eu acho que não se pode ser muito facilitista na abordagem, no sentido de também estar a penalizar outros públicos. (...) há público sénior que é altamente instruído.» (E5)

Foi referida a importância da colaboração entre todas as equipas do museu (SE, curadoria, comunicação, *design* de exposições, direção) para que as questões da acessibilidade sejam ultrapassadas de forma coerente e adequada e não como pequenos atos isolados.

A formação da equipa é um outro tema que foi mencionado por dois museus como prioritário, particularmente nas áreas de língua gestual, audiodescrição e acolhimento a pessoas com necessidades específicas.

Para concluir esta temática, todos os museus têm, nos seus *websites*, uma secção dedicada às acessibilidades, onde, com mais ou menos informação, comunicam os melhores meios para aceder ao museu, as condições físicas do espaço e os recursos disponíveis relacionados com a acessibilidade intelectual e comunicacional.

3.1.2.4. Oferta de Atividades

Quando os grupos contactam os museus, estes, por norma, tentam identificar quais são as suas expectativas e necessidades. Este contacto prévio é bastante valorizado para que haja uma comunicação clara daquilo que os visitantes procuram e daquilo que os museus oferecem:

«Fazemos visitas gerais, muitas vezes é isso que eles pedem, mas normalmente fazemos aquilo que nós chamamos “visitas à medida”. A pessoa que trata das marcações, vai conversando com a pessoa que marca para tentar perceber as coisas óbvias: o tempo que eles dispõem, a mobilidade das pessoas, que tipo de pessoas é que são e que tipo de conteúdos pode-lhes interessar, e então construir, conforme o espaço, uma visita.» (E2)

Segundo os museus, aquilo que é maioritariamente procurado é a visita guiada geral, que também é a atividade mais oferecida pelos museus. Recorrem, mais raramente, a alguma oficina ou atelier prático, ao passo que a visita destes grupos em regime livre é pouco frequente:

«Pode ser uma visita orientada ou pode ser uma visita-oficina, com uma dimensão prática, mas que esteja mais dirigida.» (E2)

«[Oferecemos] a visita sempre. Começamos sempre por uma visita, depois se o grupo (...) pretender uma oficina, nós temos uma oficina para adultos que se enquadra nos seniores obviamente.» (E4)

A generalidade dos museus oferece aos grupos constituídos por pessoas mais velhas, as oficinas e as atividades para público geral adulto, fazendo ligeiras adaptações que consideram necessárias ou direcionando a atividade que lhes pareça mais adequada:

«Tudo o que tem que ver com identidade e memória, nós orientamos à partida para público sénior.» (E1)

Quatro dos seis museus anunciam a disponibilidade para realizar visitas acessíveis para pessoas com necessidades específicas e um deles disponibiliza sessões descontraindas. Disponibiliza-se programação de SE para adultos e para famílias, mas muito raramente para a faixa etária sénior:

«Não temos nada que nos posicione no SE para o público sénior. Não quer dizer que na prática não se façam coisas (...), mas não está dentro daquilo que é o nosso posicionamento enquanto SE. Se calhar faria sentido dando resposta a uma realidade que já vai acontecendo. Mas na verdade [a oferta] é pensado para escolas e professores (...).» (E4)

Existem, ainda assim, alguns projetos dirigidos e pensados para este público, ou para segmentos específicos dentro desta faixa etária:

Museu Bordalo Pinheiro	- Projeto de continuidade com grupo sénior de um centro de dia «Bordalo ao Espelho». Materializa-se num conjunto de sessões em modo tertúlia, em que a obra de Bordalo é relacionada com as vivências de cada pessoa, recorrendo a diálogo, trabalhos em cerâmica e uma exposição: «É um projeto que tem que ver com a memória, através do Bordalo vamos perceber quem é que nós somos, a nossa identidade (...) a possibilidade de reivindicarem a sua própria individualidade em vários contextos, isto é, eles deixaram de ser ativos profissionalmente, mas podem ser ativos como cidadãos.» (E1)
Museu de Lisboa	- «Marcar Lugar», um projeto que resulta da parceria entre o Museu de Lisboa, a Alzheimer Portugal, o MAAT, a Acesso Cultura e o Instituto de Ciências da Saúde da Universidade Católica Portuguesa. Desenvolve dinâmicas de mediação museal

	para doentes de Alzheimer e seus cuidadores. Até à data da entrevista³⁹, tinham já participado 110 pessoas com mais de 80 anos. Desenvolvem-se atividades no museu com dimensões participativas de diálogo, sociabilidade, e de trabalhos manuais: «O objetivo é proporcionar momentos de bem-estar, momentos de diálogo, de partilha, na tentativa de reavivar memórias e de estimular a memória de uma forma geral, e da valorização dessas próprias pessoas.» (E2) - Atividade para avós e netos «Quando eu era pequenino», uma atividade que visa: «Fomentar o diálogo sobre aquilo que era a infância no tempo dos avós, aquilo que é a infância hoje em dia, comparar, discutir, dialogar.» (E2) - «Memórias de emigração, um objeto, um documento, uma fotografia» com início no fim de 2022, em projeto piloto como o Espaço Briosos de Alvalade. O objetivo é recolher objetos e memórias da comunidade, em várias sessões, visando a criação de uma plataforma do projeto, micro documentários e exposição.
Casa Fernando Pessoa	- «Álbum de Histórias e Memórias» e «Todos os sonhos do mundo» são visitas-oficina, que, centradas em quadras populares/poemas e textos de Pessoa, estimulam a memória, a participação, o convívio e a partilha dentro de um grupo sénior.
Atelier- Museu Júlio Pomar	- «Sabe quem viveu ali na rua do vale?» são visitas-conversa de apresentação do museu e da figura do artista, direcionadas aos vizinhos da freguesia, na sua maioria pessoas idosas: «São as mais vocacionadas para público sénior. Abrange ainda as pessoas que trabalham aqui nas lojas, nos cafés. (...) Abrir as portas para o que é o museu que também é um espaço deles, um espaço vizinho deles, onde eles também podem entrar.» (E5) - Projeto de continuidade: «Nós começamos a trabalhar com o grupo do Centro Social e Paroquial de Santa Catarina (...). É a partir do que eles nos deram de retorno que nós começamos a avançar. Então começamos pelas histórias de vida, eles começaram a contar histórias de trabalho. Temos estado nessa dimensão para quando eles vierem cá avançarmos para conteúdos diferentes. (...) Às vezes

³⁹ Data da entrevista: 24 de outubro de 2022.

	estes trabalhos até são importantes para eles se conhecerem melhor uns aos outros.» (E5)
--	--

Quadro 7 - Projetos dirigidos ao público sénior nos museus municipais de Lisboa.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Pode-se também referir alguns projetos que, não sendo específicos para seniores, acabam por incluir muitas pessoas desta faixa etária, como o trabalho do Atelier-Museu Júlio Pomar com uma instituição de pessoas em situação de exclusão social e sem-abrigo, ou a colaboração do Museu da Marioneta com hospitais e centros de reabilitação.

Em conclusão, o público na terceira idade visita museus de forma autónoma, participa individualmente ou em família nas atividades de SE e programação geral dos museus. Os grupos participam habitualmente de uma visita guiada geral, inclui-se em alguns projetos de continuidade ou, pontualmente, em algum projeto específico dirigido.

3.1.2.5. Visão dos Museus Quanto ao Público Sénior

A generalidade dos museus admite que o público sénior constitui uma parcela importante do seu público, com contributos relevantes, nomeadamente através das suas memórias.

Importa, aqui, citar a visão e abordagem que os museus adotam quanto aos seus públicos. Antes de mais, realçou-se que o público sénior é muito heterogéneo. De uma forma geral, a opção é por não segmentar este público, incluindo-o nas atividades gerais dos museus, tentando, ainda assim, atentar às suas necessidades específicas, sem o subestimar. No entanto, nota-se, em alguns museus, uma tendência para os projetos de continuidade, de proximidade com a comunidade local e até de intergeracionalidade.

«Em vez de segmentarmos o público por idades que me parece altamente clássico e redutor, era segmentar o público por interesses. (...) Criar especificamente projetos intergeracionais, está claramente nos objetivos. (...) Os avós e os netos, esses já estão juntos em contexto doméstico, pessoal e familiar. É mesmo uma estratégia de promover esse encontro com pessoas que não se conhecem. (E1)

«A opção é misturar [os públicos] que acho que é muito mais rica para toda a gente. Agora temos noção que há, dentro do público sénior, algumas especificidades, nomeadamente (...) a questão da mobilidade, essa questão da saúde e do bem-estar, de uma forma geral. E cada vez mais os museus, na nossa opinião, dentro desse papel social que têm, têm de ir por aí. Nós somos um museu municipal (...) temos completamente um papel de serviço público.» (E2)

«Não há programação específica. Não fazemos diferença entre o público sénior e o outro público, para nós é um público igual aos outros, que pode ter algumas características que seja preciso dar um bocadinho mais atenção. O nosso trabalho é geral, para todo o público.» (E3)

«A minha visão é tratar o público com máxima dignidade e não subestimar a inteligência. Pressupor que qualquer público tem alguma possibilidade de se relacionar com a obra de arte, independentemente de ser sénior, criança (...). São grupos diferentes que se abordam de maneiras diferentes. Não temos tipologias tão segmentadas, porque eu acho que isso também não é produtivo.» (E5)

«A população sénior, quer enquanto público-alvo, quer enquanto elemento activo na programação do Museu e na transmissão deste património às gerações mais jovens (no que respeita à comunidade artística) é, inquestionavelmente, um interlocutor estruturante do Museu do Fado, desde a primeira hora. (...) Enquanto detentor do conhecimento, este sujeito museológico, designadamente os artistas seniores, têm um contributo central na construção e transmissão de conhecimentos.» (E6)

A questão das memórias reavivadas e comuns serve ambas as partes, inclusive para a construção de narrativas por parte da mediação dos museus. Além disso, as pessoas seniores são, por vezes, detentoras de recursos materiais relevantes para os museus. Nas palavras dos entrevistados:

«Falamos dos Robertos, que são os fantoches tradicionais, muitos deles lembram-se e começam logo a partilhar informações e memórias.» (E4)

«Procuramos aproximar essas memórias, porque no fundo a época de Pessoa foi há cem anos, mas há muitos hábitos que se mantêm, por exemplo a máquina de escrever (...) traz logo uma série de memórias.» (E3)

«Um sénior traz inevitavelmente consigo um conhecimento da história do Fado do século XX que é enriquecido pela sua própria vivência e pelas suas memórias pessoais. (...) A maturidade e as memórias que este segmento da população traz consigo, permite uma fruição mais integrada de todo este património vivo (...) são tesouros humanos vivos, fonte de conhecimento da qual não podemos prescindir.» (E6).

3.1.2.6. Preocupações e Estratégias de Acolhimento

Tendo em consideração as características do público mais velho, perguntou-se aos museus que tipo de estratégias ou preocupações especiais desenvolvem no acolhimento a este público-alvo.

Sendo as visitas guiadas a atividade mais frequente, as práticas mencionadas, referem-se, sobretudo, a esta atividade de grupo:

Prática ou estratégia	Citações ilustrativas
Informar-se previamente sobre o grau de mobilidade das pessoas para adaptar a visita em termos de percursos;	- «Quando vem um grupo de seniores para essa visita tradicional (...) tentamos sempre perceber qual é a mobilidade do grupo.» (E1)
Concentrar em determinadas peças do museu, visíveis e compreensíveis por todos;	- «Escolhemos peças que sejam visíveis por todos.» (E1) - «Claro que não vamos falar de todas as peças da exposição, apesar do museu não ser um museu muito grande. Mas a ideia será sempre vocacionar para um conjunto mais reduzido de obras, onde se explora mais a fundo.» (E5)
Criar ligações com as pessoas, que valorizem as suas experiências de vida e conhecimentos;	- «Mais vale “sacrificar” a quantidade de conteúdo, ou seja, termos menos conteúdo para divulgar, mas aprofundar todo esse conteúdo e depois estabelecer ligações que signifiquem para as pessoas, haver uma experiência que marque (...)» (E1)
Fazer visitas participativas, que privilegiem as partilhas, o diálogo e a capacidade de ouvir;	- «O diálogo deve ser uma constante em todas as atividades, espírito crítico, liberdade de expressão, questionar, etc.» (E1) - «O que fazemos é observação da peça, análise da peça, reflexão e, a partir daí diálogo.» (E1) - «A visita aqui é feita de momentos de partilha sempre. (...) Normalmente fazemos a introdução, lançamos a base da visita, damos um pouco de espaço para observarem o que está exposto, e depois ou as pessoas nos fazem logo perguntas, ou então, se não o fizerem, nós estamos cá para fazer algum tipo de pergunta que despolete uma conversa. Mas geralmente é muito espontâneo, eles são muito participativos, muito interessados.» (E3)

	- «Podemos fazer perguntas para começar a fazer esse diálogo.»; «Do meu ponto de vista é sempre partir do que eles dão e aí é que nós vamos construindo, quais são as ferramentas de observação e de reflexão que eles podem usar.» (E5)
Disponibilizar cadeiras, bancos ou cadeiras de rodas durante a visita;	- «Quando os grupos são menos autónomos sentamo-nos em cadeiras na exposição, as cadeiras são postas estrategicamente para que eles tenham uma boa visibilidade.» (E1) - «A primeira coisa é dar-lhes conforto.» (E5)
Abordar temáticas de interesse do grupo após compreender as suas motivações e realidades, sendo flexível;	- «Escolher tópicos, temas que poderão ir ao encontro daquele público, sendo que, como começamos com o diálogo muitas vezes pensamos que vamos falar sobre aquelas peças específicas, depois acabamos a falar de outras.» (E1) - «Se é uma Universidade Sénior, a motivação não será a mesma do que a de um Centro de Dia. Dessa realidade que é percecionada, quer antes na preparação, quer no próprio dia, nos primeiros minutos (...) daquilo que se fala, dos temas que se abordam, da linguagem, do nível de interação.» (E2) - «Na altura que eu vejo o grupo é que decido, porque eu acho que a ver as pessoas nós percebemos as reações, percebemos se estão confortáveis.» (E5) - «Não há uma visita estandardizada, é mesmo de encontro aos objetivos do grupo.» (E5)
Adaptar o discurso, se necessário, com sensibilidade;	- «Falar um pouco mais alto e pausadamente.» (E3) - Tem de haver muita sensibilidade por quem está a fazer a visita para que todos se sintam incluídos.» (E3)
Incluir não apenas as pessoas seniores de um grupo, mas também os responsáveis e funcionários da instituição;	- «Nós pensamos que temos de adequar o discurso para estas pessoas, mas temos de adequar para as pessoas que os trazem também, temos de convidar também as assistentes sociais, as pessoas que fazem parte da cantina, etc.» (E5)

Preferir grupos pequenos e realizar as visitas sem pressa;	- «O ideal são grupos pequenos.» (E1) - «Normalmente os grupos não excedem as dez pessoas.» (E3)
Utilizar recursos multissensoriais sempre que possível, como a audiodescrição e as réplicas táteis.	- «Pôr o resto do grupo a fazer a audiodescrição em conjunto comigo (...) para além das réplicas táteis.» (E5)

Quadro 8 - Práticas de acolhimento aos grupos de pessoas seniores nos museus entrevistados.

Fonte: Elaborado pelo autor.

3.1.2.7. Caraterização do SE e Extensão dos Museus às Instituições

As atividades de mediação cultural nos museus em estudo são asseguradas pelo SE dos mesmos, havendo também recurso, menos frequente, a profissionais e artistas em *outsourcing*. Mencionou-se a importância de usar artistas como mediadores, por serem eles que detêm o conhecimento e o «saber fazer», acabando por proporcionar, por vezes, o «convívio entre gerações» (E6) na transmissão dos conhecimentos:

«A mediação cultural é assumida pela equipa do museu, bem como pela comunidade artística com quem concebemos e desenvolvemos vários programas educativos. (...) O diálogo aberto e o envolvimento dos artistas seniores na formulação de programas educativos e de mediação cultural constituem linhas de trabalho fundamentais (...).» (E6)

Quanto aos SE, existem em todos os museus. A composição destes serviços varia entre uma e dez pessoas, nos seis museus. De notar que nem todos os museus têm estes profissionais totalmente dedicados ao SE, desempenhando também outras funções. Sobre o recurso a profissionais de outras áreas do museu:

«Quase todos fazemos um pouco de tudo, toda a equipa se desmultiplica em várias ações, o que eu acho que é produtivo, até para lidar com os públicos.» (E5)

A grande maioria destes profissionais tem formação superior em áreas muito variadas. Além disso, a EGEAC promove formações adequadas às funções. Quanto à formação direcionada para públicos seniores, foi referida, apenas, a formação desenvolvida no âmbito do projeto «Marcar o Lugar» desenvolvido com pessoas com demência. Profissionais de vários museus participaram nesta formação. A experiência e a sensibilidade dos profissionais são

apontadas como uma mais-valia no que toca ao acolhimento de visitantes, especialmente em idade sénior.

Os museus foram questionados sobre a disponibilidade para sair das suas instalações e desenvolver dinâmicas em espaços onde se reúnem pessoas idosas, com o objetivo de contornar dificuldades que as pessoas possam sentir em vir ao museu, ou até a falta de espaço para atividades no próprio museu. Apesar deste tipo de saídas ocorrer, mais frequentemente, com escolas do que com instituições seniores, todos os museus se mostram abertos a essa possibilidade e dizem fazê-lo, pontualmente, mediante solicitação por parte desses espaços:

«Quando eles querem fazer mais coisas, somos nós que vamos ao espaço deles. Maioritariamente tudo o que é oficinas acaba por ser já feito no espaço deles. (...) O museu decidiu sair do museu. O nosso SE vai para fora do museu. Isto acontece com tudo o que nós temos (...) e vamos até longe.» (E3)

A forma como o fazem pode ser através de visitas-diálogo, jogos, pequenas exposições itinerantes, oficinas ou apresentações temáticas. Para isso transportam materiais de apoio como imagens, objetos, jogos, poemas, textos e recursos audiovisuais.

3.1.2.8. Divulgação e Parcerias

A forma como os museus atingem os públicos seniores, a divulgação do museu e das suas atividades, o convite à participação foram temas abordados nas entrevistas. Os meios de divulgação mais usados são as *mailing lists*, as redes sociais (Facebook e Instagram) e os *websites*. Também usados, menos frequentemente, são os folhetos e as publicações impressas.

A generalidade dos museus não concebe divulgação específica para este público, incluindo-o na divulgação geral do museu:

«Do ponto de vista da comunicação, ainda não estamos a trabalhar nesse sentido (...) ainda não estamos a dirigir-nos diretamente. (...) A não ser se pensarmos que uma das redes sociais em que mais apostamos é o Facebook e que o Facebook agora tem muitos seniores. (...) Assim como há uma base de dados com os agrupamentos escolares, se calhar se houvesse uma base de dados com os centros de dia, nós enviávamos, mas não a fizemos.» (E4)

«O que nós fazemos é pegar nos temas [do museu] e divulgar genericamente.» (E1)

A divulgação junto da comunidade local, grande parte em idade sénior, é considerada por vários museus:

«Tornámo-nos parceiros da Junta de Freguesia. (...) Uma forma do museu estar ligado à comunidade. (...) Foi aí que de repente se deu a explosão e as pessoas começaram a conhecer o Bordalo e perceberam que o Bordalo tinha um programa diferente, especificamente orientado não só para escolas, mas para todas as instituições. (...) Esta ligação às instituições, à sociedade civil, etc., também nos permite fazer uma divulgação que não é aquela divulgação de marketing, de comunicação de redes sociais, de mandar para as instituições. Eles próprios vêm ter connosco.» (E1)

«A dada altura percebemos que a população à volta do museu, os vizinhos, as comunidades locais, não estabeleciam relação com o equipamento. Percebemos que as pessoas tinham alguma relação no sentido de saber que havia ali um museu (...) mas não tinham hábitos museológicos. Ainda não têm, sentem um certo distanciamento. E aquilo que fizemos foi tentar desbloquear, simplesmente convidando-os a vir. (...) É preciso bater à porta e às vezes não basta colocar o convite no correio, é mesmo falar com a pessoa, convidar.» (E5)

Um museu referiu, ainda, a colaboração frequente com a RTP, que tem resultado em diversos conteúdos transmitidos ou disponibilizados *online*, chegando assim ao grande público, em canal aberto.

Quanto a parcerias (formais ou informais) com instituições que reúnem ou representam pessoas seniores, estas materializam-se no desenvolvimento de projetos de continuidade, de visitas e atividades regulares, ou até de preços mais reduzidos ou gratuidade.

Quatro dos museus entrevistados desenvolvem, presentemente, projetos de continuidade com população sénior. Os dois outros museus manifestam também essa possibilidade e abertura, apesar de ainda não o terem realizado.

«Há um espaço para que o público, os vários grupos venham ao museu e que proponham atividades que vão ao encontro dos seus objetivos, há essa dinâmica de interação forte e livre e, também, com propostas externas.» (E1)

Todos os museus têm desenvolvido outro tipo de colaborações com instituições como centros de dia, juntas de freguesia, associações, universidades seniores ou hospitais, sobretudo de proximidade geográfica:

«O Museu do Fado tem desenvolvido inúmeras parcerias com as Juntas de Freguesia (Santa Maria Maior, com maior frequência) com as colectividades (Voz do Operário, Grupo Sportivo Adicense) e com variadíssimas instituições no sentido de fomentar a fruição cultural do Fado pelo público sénior, seja através da visita ao Museu, seja através da realização de programas culturais específicos onde este público tem presença dominante.» (E6)

É de destacar que o Museu de Lisboa é uma das onze instituições fundadoras da Rede Museus para a Inclusão na Demência (MID) «com vista ao aumento da oferta de programação destinada a pessoas com demência e seus cuidadores em museus.» (Museu de Lisboa, 2023).

3.1.2.9. Desafios Sentidos com o Público Sénior e Impacto da COVID-19

Os desafios que os museus sentem com respeito ao público sénior são de variada ordem:

Contornar as limitações físicas dos edifícios históricos e eliminar as dificuldades de acesso ao edifício do museu;
Cativar os visitantes, numa primeira ou repetida visita: «Trazer de volta quem já nos conhecia e deixou de vir.» (E3)
Desmistificar preconceitos e ideias feitas sobre as coleções: «Encontrar uma forma do museu não ser visto como um lugar para crianças e logo aí ver um público de uma forma alargada.» (E4) «O embate e a dificuldade também é uma relação com a obra de arte. (...) A não relação também é uma coisa a considerar. (...) Passa por desmistificar esse embate, muitas vezes vêm já com um certo preconceito.» (E5)
Dificuldades sentidas no acolhimento a pessoas que já não ouvem ou veem bem, devido à idade avançada e outros desafios de âmbito comunicacional: «Relativamente ao público que pode ser analfabeto, esse talvez seja o mais desafiante para nós, porque temos de tornar ainda mais acessível (...) exige de nós uma adaptação ainda maior para que passe a mensagem de forma clara.» (E3)
Limitação relacionada com a impossibilidade do voluntariado: «Obviamente que a prescrição cultural podem ser visitas isoladas em museus, mas é muito mais rico envolver a pessoa, fazê-la participar, nem que seja um mês nas atividades do museu, etc. (...) Nós na EGEAC esbarramos com uma coisa: não é possível ter um programa de voluntariado formal.» (E2)

Quadro 9 - Desafios sentidos pelos museus entrevistados com respeito ao público sénior.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Mesmo que não exclusivo deste público-alvo, as limitações financeiras e de recursos humanos restringem, em certa medida, a ação dos museus:

«E também porque acho que temos de ser realistas: obviamente temos um papel social, mas temos limitações de várias ordens, de recursos humanos, financeiros, etc.» (E2)

Foi também referida a importância da mediação prévia por parte da instituição que traz um grupo a visitar o museu, no sentido de preparar as pessoas e gerir expectativas quanto à visita, um tema fora do controle do museu.

Como consequência da Pandemia COVID-19 novas formas de chegar aos públicos foram valorizadas e desenvolvidas, como as visitas virtuais, a interação em redes sociais, a opção por regimes híbridos em eventos como conferências e conversas, com grande participação sénior, dentro daqueles que têm acesso e literacia digital para tal. Um museu afirma mesmo que:

«Durante a pandemia nós tínhamos muito público sénior. (...) Fizemos muita programação *online* e então nas nossas atividades (...) aparecia muito público sénior. Estávamos a trabalhar com a solidão das pessoas e com a sede do encontro.» (E1)

A Casa Fernando Pessoa criou o projeto «Leituras ao Ouvido» que se concretizou na leitura de textos e poemas ao telefone, para pessoas inscritas, com o objetivo de mitigar o isolamento social. A maioria do público era idoso e o projeto prolongou-se além do período pandémico.

O Museu do Fado recorreu ao audiovisual, através da produção de vídeos em colaboração com casas de fado e uma grande variedade de artistas, disponibilizados *online*, bem como de transmissões na RTP, como «Fados da Casa» e «Fique em Casa de Fados».

Estas foram algumas das formas utilizadas pelos museus para manter o contacto com os públicos, apesar do distanciamento físico.

3.1.2.10. Avaliação e Objetivos para o Futuro

Com relação ao registo de avaliação das atividades realizadas, apenas dois museus fazem-no. Um deles através de formulário, enviado apenas para as escolas, e outro por meio de um formulário *online*, aberto a todos os visitantes. Este procedimento visa:

«Para que tenhamos esse feedback e essa avaliação e monitorização para melhorarmos as atividades e irmos cada vez mais ao encontro dos interesses e da qualidade que o público quer que as nossas atividades tenham.» (E2)

Os restantes museus não fazem recolha formal de avaliação das atividades. Não obstante, afirmam receber avaliações, em diálogo, informalmente, ou proceder ao registo fotográfico das ações. Concluem que os grupos organizados de pessoas seniores, demonstram satisfação após a realização da visita ou atividade:

«Eu não sei se é porque não lhes é possível virem sempre que querem, mas quando veem dão muito valor. Eles são extremamente honestos, mas em geral saem daqui satisfeitos.» (E1)

Questionou-se os museus sobre ambições e planos para o futuro dentro da temática deste público-alvo. Os projetos de continuidade e proximidade surgem como prioridade de ação:

«Começamos a perceber que fazia todo o sentido trabalhar nos projetos de continuidade, isto é, trabalhar com um grupo de pessoas, durante longos períodos, porque acreditávamos que daí resultariam relações de maior significado e atingiríamos objetivos diferentes. Sobretudo para o público sénior isso é muito importante, porque é, muitas vezes, a forma de conhecermos este público.» (E1)

«Trabalho com as comunidades, de inserção e proximidade dos nossos vários núcleos.» (E2)

«Aproveitamos essa especificidade, e essa localização, e essa integração na malha urbana para fazer este tipo de trabalho de proximidade, não é um trabalho de públicos em catadupa.» (E5)

A melhoria das questões da acessibilidade é, também, um tópico em destaque nos horizontes próximos dos museus, bem como o alargamento dos públicos. O entrevistado E2 enumera, ainda, as recolhas de memórias orais no âmbito da criação de um novo espaço museológico, instalado na Fábrica de Moagem da antiga Manutenção Militar.

As, já referidas, abordagens intergeracionais estão também entre as práticas a explorar. Regista-se a iniciativa que decorreu em maio de 2022 «O Poder dos Museus para transformar o mundo», onde crianças e pessoas idosas juntaram-se para criar propostas para novos museus em Lisboa, numa iniciativa da Câmara Municipal de Lisboa, do ICOM Portugal e dos Museus de Lisboa e Bordalo Pinheiro. (Câmara Municipal de Lisboa, 2022).

Finalmente, em forma de balanço do trabalho desenvolvido nos últimos anos:

«Também não posso deixar de pensar que fizemos todos um percurso enorme. Há vinte e dois anos não havia quase nada, o público sénior era só um público erudito e com formação académica extremamente elevada. Os outros não frequentavam e não havia essa preocupação. (...) a solidificação daquilo que são os Serviços Educativos, que não existiam. Espero que se

caminhe cada vez mais para os museus serem cada vez mais espaços abertos, de diálogo, participativos, de facto de democratização da cultura e de democracia cultural.» (E2).

3.2. Do Lado da Procura

3.2.1. As Instituições

As sete instituições que colaboraram neste estudo são de natureza diversa, tendo em comum, o facto de desenvolverem a sua ação junto de pessoas seniores. Uma vez mais se alerta que o objetivo desta análise não é a comparação das instituições, mas sim entender de que forma elas interpretam a temática em estudo, que visões têm e que cenário encontram na oferta museológica portuguesa.

3.2.1.1. Caraterização dos Participantes das Instituições

Apesar de representarem realidades diferentes e de existir uma grande heterogeneidade dentro desta faixa etária, pôde-se concluir que as pessoas associadas às instituições entrevistadas:

- Têm, na sua maioria, entre 80 e 89 anos;
- São, predominantemente, do sexo feminino, em todas as instituições;
- Manifestam, com frequência, limitações ao nível da mobilidade, inclusivamente, com recurso a bengalas, canadianas, andarilhos ou cadeiras de rodas. Outras questões de saúde foram apontadas como a demência. Numa das instituições esta realidade não se verifica.
- Possuem, maioritariamente, um nível de escolaridade baixo. Em duas das instituições a situação é diferente, apresentando níveis de escolaridade médio-altos. Uma instituição verifica disparidades no nível de educação e formação dentro do grupo de participantes:

«Temos muitas pessoas que foram licenciadas, engenheiros, arquitetos. Também temos pessoas que se inscrevem na alfabetização, mas são uma ou duas.» (E6).

3.2.1.2. Papel dos Museus no Envelhecimento Ativo e Parcerias

Quando questionados sobre o papel dos museus no envelhecimento ativo, a resposta foi unânime: desempenham um papel muito importante. De entre os benefícios resultantes desta relação, os entrevistados destacaram, não só as vertentes cognitiva e intelectual, como também social e física, todas elas essenciais ao bem-estar:

Benefícios físicos	- Sair de casa e deslocar-se; - Coordenação motora e outras competências físicas trabalhadas por muitas atividades desenvolvidas em museus;
Benefícios sociais	- Participação e sentido de pertença; - Interação social e troca de impressões; - Combate à solidão e ao isolamento; - Conhecimento de novas pessoas e criação de redes de amizade e apoio mútuo, que se prolongam fora deste contexto; - Partilha de conhecimentos e experiências vividas, contribuindo para a sociedade e para o museu em particular; - Momentos de diversão; - Contacto com outras realidades, tirando o foco da rotina diária; - Experiências que permitem com que a instituição conheça melhor as pessoas participantes, pelas partilhas que fazem; - Conhecer um ambiente novo e outras formas de lazer e de ocupação do tempo;
Benefícios cognitivos e intelectuais	- Estimulação da memória; - Contraria os estados depressivos e contribui para uma boa saúde mental; - Trabalhar o foco e o raciocínio; - Trabalhar a imaginação; - Componente pedagógica e cultural, trazendo novos conhecimentos; - Autovalorização.

Quadro 10 - Benefícios dos museus para o envelhecimento ativo segundo as instituições entrevistadas.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Estas experiências de saída cultural a museus desempenham um papel relevante e transversal a todas as classes sociais:

«Não têm nada a ver com a condição socioeconómica. Tanto acontece nas classes mais baixas como nas classes mais altas.» (E10)

A nível das parcerias com museus, apenas três instituições afirmam manter este tipo de colaborações (formais ou informais). Destacam, também, parcerias com outras instituições culturais como teatros e equipamentos culturais municipais ou de proximidade à instituição. Estas parcerias materializam-se em valores acessíveis ou gratuidades, atividades incluídas nas visitas, visitas regulares e temáticas ou ainda, maior flexibilidade por parte dos museus.

3.2.1.3. Frequência de Museus e Satisfação Geral

Relativamente à frequência de museus, cinco instituições afirmam visitar museus «muitas vezes», uma «algumas vezes» e outra «raramente». Foram referidos casos em que os participantes das instituições nunca visitaram museus antes e para quem a cultura não é uma prioridade ou prática comum.

A pandemia COVID-19 foi referida várias vezes e algumas instituições afirmam ainda sentir os seus efeitos. A participação nas visitas a museus diminuiu consideravelmente, desde que a pandemia começou.

Apesar de se defrontarem com algumas dificuldades, a visita a museus é muito procurada pelas instituições, como se pode confirmar pelas afirmações seguintes:

«Se eu tiver o objetivo de visitar uma determinada localidade, a primeira coisa que eu questiono é se existem museus naquela localidade, e a partir daí vou trabalhando o dia ou a tarde que se vai passar nessa localidade.» (E9)

«Sempre que é compatível com o sítio onde vamos, se vamos a um sítio que tenha um museu, é uma das nossas prioridades.» (E10)

«Em relação aos museus em Lisboa, muitas vezes tentamos relacionar ou pelo menos associar a uma disciplina.» (E12)

Quanto à satisfação geral com a experiência de visitas a museus, cinco instituições afirmam ser «muito boa», duas «boa» e nenhuma registou experiências «razoáveis» ou «más». Três instituições referem que costumam ser sempre bem recebidos.

Alguns museus foram destacados pelos entrevistados, pelas boas experiências que têm proporcionado aos participantes das instituições, sendo eles⁴⁰: Aquamuseu Vila Nova de

⁴⁰ Espaços museológicos apresentados por ordem alfabética.

Cerveira; Casa dos Gessos (Museu Militar de Lisboa); Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves; Centro de Ciência do Café, em Campo Maior; Museu Bordalo Pinheiro; Museu da Marioneta; Museu da Música Mecânica; Museu da Presidência; Museu de Lisboa - Palácio Pimenta; Museu de Lisboa - Santo António; Museu de São Roque; Museu Nacional de Arte Contemporânea; Museu Nacional de História Natural e da Ciência; Museu do CCB (antigo Museu Coleção Berardo); Museu do Fado; Museu do Oriente.

3.2.1.4. Acessibilidade Física e Intelectual

No âmbito da acessibilidade física dos museus já visitados pelas instituições, apesar de existirem realidades museológicas muito distintas, os responsáveis pelas instituições admitem que encontram algumas dificuldades:

«Há ainda uma falta de preparação para receber seniores, principalmente a nível de acessos.»
(E8)

«Esse é um trabalho que a nível nacional, infelizmente, ainda estamos muito aquém. Os museus, muitos deles, (...) estão formatados para pensarem que só vão receber famílias, crianças e jovens adultos. Cada vez mais, a nível do turismo, a idade sénior é aquela que tem mais dinheiro, mais disponibilidade, mais tempo e quer viajar, e quer passear, e quer ter acesso a esses locais. Muitas vezes eu sou impedida de fazer esse tipo de visitas por causa das acessibilidades.» (E9)

Uma instituição considera que as pessoas mais velhas não são diretamente incluídas nos objetivos de acessibilidade no turismo e nos museus, porque não têm deficiências físicas nem mentais, na maior parte das vezes. Manifestam, contudo, uma diminuição das capacidades visuais, auditivas e motoras.

Foram enumerados alguns elementos que limitam a experiência do público sénior, do ponto de vista físico:

- A falta de assentos em quantidade e qualidade (almofadados seria o ideal) ao longo de todo o espaço museológico, o que origina situações em que, para se sentarem, os utentes tenham de se ausentar do grupo:

«Alguns deveriam ter bancos nas entradas ou mesmo nas salas de exposições e outros deveriam ter rampas. Quando um grupo sénior chega a um Museu, andou já imenso até à porta. Anteriormente ao início da visita, os seniores precisam sentar-se e retomar o fôlego.» (E12)

- A falta de rampas com corrimão ou a existência de muitos degraus;

- As longas distâncias que têm de ser percorridas no interior dos museus e a inexistência de casas de banho acessíveis.

«Eu acho que as coisas não estão totalmente preparadas para receberem os idosos. (...) Os trabalhadores tentam ajudar, mas é sempre muito complicado porque as rampas são afastadas, ou são corredores grandes, ou as casas de banho não estão adaptadas, pode ser cansativo.» (E13)

Debruçando-nos sobre as questões de acessibilidade comunicacional e intelectual, várias sugestões foram feitas, baseadas em dificuldades com que se têm debatido:

- Evitar visitas demasiado longas e sem pausas;
- Melhorar os recursos de acessibilidade comunicacional e intelectual:

«Folhetos com letras maiores; catálogos e brochuras com textos mais simples de leitura fácil; as legendas das peças em tamanho maior; mais imagens; plantas do espaço; textos em braile; audioguias; réplicas de peças para as pessoas poderem tocar; atividades adaptadas aos diferentes públicos: essa acessibilidade à informação é quase inexistente. Para que a pessoa perceba o que está a ver é necessário que haja, do outro lado, material capaz de ser interpretado pela pessoa que o está a consumir.» (E9)

- Utilizar linguagem menos complexa e técnica, sobretudo nos casos de baixo nível de escolaridade, evitando criar uma distância entre as pessoas e o museu;
- Criação de audioguias menos complexos de operar e com discurso acessível. Uma instituição considera que os equipamentos eletrónicos são mais adequados para visitas individuais e não tanto para visitas em grupo. Por outro lado, valorizam a utilização de vídeos e de interatividade a complementar a visita;
- Evitar a infantilização da pessoa sénior, observada, frequentemente, no discurso, na forma de tratamento e na aplicação de certas atividades:

«Esta parte da infantilização das atividades é algo que está muito, ainda, intrusado nos profissionais que recebem grupos nos museus. O "inho" e o "inha", isso é das piores coisas que podemos aplicar no público sénior. Eles não são crianças, são adultos que querem ser tratados como tal. É recorrente em muitas atividades dos museus, infelizmente, porque estão preparados para escolas, para público mais jovem e pensam que essas atividades podem ser realizadas da mesma forma com público sénior e isso não é pensado.» (E9)

«Sentimos mais quando saímos de Lisboa. Realmente, muitas vezes, os técnicos estão dirigidos para os jovens, para as escolas, e às vezes não conseguem separar as águas. Em Lisboa o serviço

educativo está preparado para atender um público adulto e culto. (...) O discurso e às vezes certo tipo de perguntas que são feitas (...) como se nós tivéssemos na escola primária.» (E11)

- Organizar a visita (sobretudo a museus de grande dimensão) por secções, temáticas ou épocas;
- Realizar visitas e atividades com grupos pequenos. No caso de grupos grandes, dividi-los, mas realizar atividade dos grupos em simultâneo.

Não obstante estes aspetos a melhorar, as instituições constatarem que a maioria dos museus e os seus profissionais tem desenvolvido um esforço de adaptação:

«Alguns museus adaptaram as suas visitas e construíram novas formas de receber público sénior.» (E9).

3.2.1.5. Profissionais de Museus

As instituições destacaram a importância de serem recebidas por profissionais que tenham formação e atitudes adequadas no acolhimento a pessoas na terceira idade. De uma forma geral, as instituições estão satisfeitas com o desempenho dos profissionais que têm encontrado.

Entre as características valorizadas enunciaram-se: criação de interação; explicação de forma simples e pausada, mas competente; promoção de diálogo e resposta às questões; abertura de espaço para partilhas, ouvindo-as e valorizando-as; adaptação ao grupo, lendo-o e às suas motivações; uso de sentido de humor; atenção ao bem-estar e conforto; consideração da disposição do grupo no espaço; realização de pausas, se necessário; demonstração de respeito e sensibilidade, e disponibilidade de tempo para a atividade e para as pessoas.

Nas palavras dos entrevistados:

«Interagir com eles, reagir, vê-los como pessoas. Eles não são só público, não é a mesma coisa estarmos a falar para um grupo de idosos ou para um grupo de turistas. (...) Dar espaço para eles falarem.» (E8)

«Conseguir transmitir o entusiasmo dele no seu trabalho (...) é realmente muito agradável e faz com que as pessoas gostem depois de lá voltar.» (E11).

3.2.1.6. Dificuldades Encontradas e Razões para não Visitar Mais Museus

São várias as dificuldades encontradas que se refletem em razões para não visitar mais museus. As instituições apontaram as seguintes:

Dificuldades	Citações ilustrativas
- Reticência de algumas pessoas em sair da rotina e participar nestas iniciativas;	- «Há sempre alguém que não quer ir.» (E7) - «Temos umas pessoas que até são resistentes a deslocarem-se para muito longe.» (E8)
- Limitações de espaço, recursos humanos ou disponibilidade dos museus para receber grupos grandes, normalmente, divididos, obrigando metade do grupo a aguardar pela outra metade;	- «Pelas condições de acessibilidade de alguns museus, ou porque não têm capacidade para receber os meus grupos - são sempre grupos muito grandes – 50 pessoas. A nível de meios humanos nos museus, muitas vezes não é possível, ou o próprio espaço não permite comportar tantas pessoas, e isso às vezes é um <i>handicap</i>.» (E9)
- Dificuldade em encontrar informação detalhada sobre as acessibilidades do espaço nos <i>websites</i> dos museus, sobretudo os equipamentos municipais, havendo a necessidade de telefonar ou enviar <i>e-mail</i>, para obter essa informação;	- «Eu tenho de ligar sempre (...) essa informação não está disponível no site.» (E7) - «Raramente encontro (...) ou porque os sites são muito confusos (...). Há muito pouca informação.» (E9)
-Limitações financeiras das instituições e dos utentes. Os elevados preços do aluguer de autocarros mais o pagamento das visitas e atividades nos museus são um custo extra, apesar das reduções para seniores. Para reverter esta situação, opta-se, muitas vezes, pela visita a museus que oferecem gratuidade, e localizados dentro do concelho, onde os transportes públicos são gratuitos para maiores de 65 anos (no caso de Lisboa). Esta situação não é viável em casos de mobilidade condicionada;	- «Nós temos pessoas que recebem aquelas pensões muito baixinhas dos duzentos e poucos euros, e aí leva-os, muitas vezes, a pensar em não ir.» (E7) - «Tentamos sempre que sejam museus gratuitos.» (E10)
- Transportes e acessibilidades que dificultam a logística da visita a museus com idosos, sobretudo em casos de mobilidade condicionada.	- «A mobilidade é sempre uma questão muito importante, quando programamos temos de ter essa preocupação.» (E9)

Desde a deslocação até aos museus de autocarro, carrinhas próprias ou de transportes públicos, passando pelo acesso e estacionamento, pela distância a ser percorrida a pé, até às condições no interior dos espaços museológicos;	
- Preferência por espaços ao ar livre.	- «Normalmente é mais espaços abertos de ar puro, é muito ir para um jardim, porque fechados estamos cá nós todos os dias.» (E7)

Quadro 11 - Dificuldades e razões das instituições para não visitar mais museus.

Fonte: Elaborado pelo autor.

3.2.1.7. Oferta dos Museus e Comunicação

A totalidade das instituições mostra preferência por visitar museus com recurso a visita guiada, em vez de visita autónoma. Com a presença de um mediador cultural do museu, consideram que a visita é mais enriquecedora, estimula o interesse, a motivação e a participação das pessoas.

Contudo, a visita guiada tradicional é vista, frequentemente, como insuficiente. A referência à vontade e interesse em realizar outro tipo de dinâmicas nos museus é recorrente, como oficinas práticas, conversas ou lanches:

«Era necessário, se calhar, fazer outro tipo de atividades, uns ateliers diferentes, estar a experienciar naquele momento. Não é só ir visitar, mas é poder fazer, mesmo experienciar, estarem mais ativos, pormos a mão na massa.» (E7)

«O ir ao museu só e olhar para o que está lá, para alguns deles que têm um entendimento limitado da arte, sentem-se um bocadinho postos de lado. (...) A contemplação só, para eles às vezes não faz muito sentido. Se participarem, deixa de ser uma coisa tão distante deles. Fazia falta haver maior interação. Gostava que fossem pensadas atividades direcionadas para este público, têm de ser simples, mas não podem ser infantilizadoras. Não lhes é pedido que excedam as suas capacidades (...), mas que sintam que o contributo deles é tão válido como o dos outros.» (E8)

«A programação é adequada, mas poderiam existir/criar ateliers para seniores. Existem ateliers (atividades manuais) para crianças, para que as crianças criem relação com os museus, e para os seniores apenas visita guiada ou explicação histórica.»; «Tem a ver com as experiências, não é só o conhecimento.» (E12)

«Parece que as coisas se esgotam no quadro, ver o quadro. Poderia haver uma atividade interessante como se faz com as crianças, que era “então agora vamos trabalhar, vamos estimular, vamos escrever”. (...) Podia ser feito de uma forma mais interessante para todos, haver aqui um bocadinho mais de envolvimento com esta população.» (E13)

Uma instituição considera que os seus participantes procuram visitas guiadas e não revelam muito interesse por outras atividades desenvolvidas nos museus. Consideram que só deverá haver adaptações caso haja algum tipo de limitação.

Mencionou-se, várias vezes, a importância de serem informados sobre as exposições temporárias e atividades/programação paralelas às exposições permanentes, para assim, poderem regressar aos museus que já conhecem. Sobre regressar a um museu já visitado:

«Tentamos sempre fazer diferentes visitas aos museus, porque os nossos clientes repetem muito as nossas visitas. A visita ao museu não pode ser sempre igual. Eu posso visitar o mesmo museu de variadíssimas formas.» (E9)

A comunicação dos museus foi abordada pelas instituições que, neste âmbito, encontram lacunas. Quando perguntados sobre a obtenção de informação relacionada com a oferta dos museus, que se adegue aos seus participantes, as instituições admitiram algumas dificuldades:

- Dificuldade em encontrar informação clara e disponível *online*;
- Escassa variedade de oferta de SE para seniores;
- Inexistência de iniciativa de contacto, divulgação e convite por parte dos museus:

«Se nós tivéssemos um leque de oferta de divulgação, poderia ser facilitador, porque às vezes nós também precisamos de ideias. (...) As coisas não estão preparadas, é preciso que haja estímulo senão as pessoas não vão. Tornar acessível e divulgar, o que é que se vai passar. Os espetáculos chegam-nos muito mais do que propriamente dos museus, teatro sobretudo, musicais. Os museus não tanto.» (E13)

- Falta de comunicação entre espaços pertencentes à mesma região, concelho ou tutela;
- Divulgação não atempada dos eventos e exposições, o que dificulta a organização da logística da visita, nomeadamente, por parte de instituições que trabalham com programação anual.

É, assim, unânime a ideia de que seria uma mais valia existir mais variedade de oferta e receber mais convites e informações por iniciativa dos museus. Alerta-se também para a importância de recebê-los com antecedência, de maneira que haja tempo suficiente para preparar a visita. Não obstante, há o reconhecimento de que, nas últimas décadas, os museus têm melhorado e investido na sua oferta e comunicação e demonstrado, cada vez mais,

disponibilidade e abertura para receberem e adaptarem-se ao público sénior, o que tem facilitado muito o acesso.

3.2.1.8. Atividades sobre Museus Dentro da Instituição

Para além das saídas e visitas a museus, abordou-se a realização de atividades relacionadas com museus, dentro das instalações das instituições (quando adequado à tipologia de instituição). Concluiu-se que, apesar de pouco frequentes, os colaboradores das instituições dinamizam algumas práticas, com uso recorrente das visitas virtuais disponibilizadas pelos museus ou pelo *Google Arts & Culture*.

As visitas virtuais e outros meios digitais foram mencionados como recursos de grande utilidade para o desenvolvimento de dinâmicas dentro das instituições, sobretudo na presença de pessoas com limitações severas de mobilidade, e que por isso, não podem sair, ou mesmo durante o período pandémico.

Apenas uma instituição apontou uma ação em que um museu deslocou-se à instituição, no contexto da pandemia COVID-19:

«Vieram com um quadro, uma tela e vieram falar e dinamizar uma atividade sobre aquele quadro que foi muito interessante e muito bem recebida. (...) Vieram os próprios técnicos do museu e fizeram cá a sessão.» (E13)

Apesar de ter sido muito bem-sucedida, a instituição lamenta ter acontecido apenas uma vez:

«Gostava que também houvesse esta preocupação, [o museu em causa] tomou esta iniciativa que foi super interessante, mas já não o fez mais, porquê? Uma coisa que resultou muito bem, muito interessante, que é uma boa prática e que até se faz noutros sítios.» (E13).

3.2.1.9. Relação e Impacto das Visitas a Museus nos Participantes da Instituição

No que concerne à relação entre os participantes seniores das instituições e os museus, o interesse prévio pela visita aos museus é muito expressivo e tem vindo a intensificar-se. Muitas vezes são as próprias pessoas a sugerirem à instituição, a visita a determinados museus. Esta relação é definida pelas instituições da seguinte forma:

«Cada vez mais, tenho notado que é aquilo que os nossos grupos procuram. (...) O interesse efetivo dos nossos clientes, muitas vezes prende-se pelo tipo de museu, ou local onde o museu está instalado, ou o tipo de arte que nós levamos as pessoas a visitar.» (E9)

«Nós temos todo o tipo de público nesses passeios, temos os que já estão muito habituados a ir a museus e sempre foram a vida toda e temos aqueles que nem por isso. Mas mesmo esses que “nem por isso” têm curiosidade e têm interesse.» (E10)

«Gostam de aprender, gostam de saber, e muitos deles não se satisfazem com explicações mais simplificadas, gostam de conhecer aprofundadamente (...) gostam de ouvir o diretor ou o conservador do museu.» (E11)

«É uma ótima relação (...). Estas visitas de estudo por vezes são os próprios museus que nos propõem, e eu acho muito bem, por vezes são os nossos seniores que procuram e que têm interesse em ir.» (E12)

«Eles interessam-se, gostam de saber. Há muitas coisas que eles também sabem e conhecem e é uma coisa diferente que eles valorizam. (...) Às vezes são eles que têm interesse (...) e depois juntamos um grupinho para ir.» (E13)

Quatro instituições enfatizaram o facto dos seus participantes preferirem visitar os museus em grupo organizado, ou não terem mesmo possibilidade de o fazer de outra forma. Porém, as instituições também incentivam a visita de forma individual ou com amigos e família, de forma autónoma.

Apesar destes testemunhos encorajadores, duas instituições consideram que alguns elementos do grupo mais reticentes, precisam de ser motivados a sair e a visitar os museus. Notou-se, ainda, que o interesse das pessoas não é alheio à temática do museu. Manifestam, geralmente, maior interesse por museus relacionados com «a sua cultura» (E7) e época:

«Adoram visitas, adoram ir aos locais e identificam-se muito com determinadas histórias (semelhantes), utensílios ou artefactos dos pais e avós, locais de vida, a guerra ou até migrações.» (E12)

No que respeita ao impacto das atividades e visitas nas pessoas, a totalidade das instituições entende que é muito positivo. A reação dos participantes é, por norma, entusiasta por diversas razões, como o comprovam as seguintes afirmações:

«Eles adoram sempre, porque é uma coisa diferente na nossa rotina diária. Todas estas experiências são enriquecedoras em todos os aspetos.» (E7)

«Já tivemos experiências de pessoas emocionadas a agradecer.» (E10)

«Muito impacto, adoram História, adoram ver e saber mais sobre a nossa História e quando regressam estão mais ativos e felizes.» (E12)

«Eles gostam muito, mas toda a gente gosta, os trabalhadores também.» (E13)

Uma instituição realçou o valor das partilhas feitas pelas pessoas, nas visitas, classificando-as como enriquecedoras para todos, incluindo os profissionais dos museus. Registaram-se casos em que os museus, ao perceberem a riqueza do conhecimento dessas pessoas, as convidaram para palestras ou outras ações nos próprios museus.

3.2.1.10. Experiência com Museus Geridos pela EGEAC

Acerca da relação direta com os museus com tutela EGEAC, as instituições partilharam a sua experiência de visita. A figura 1 apresenta os museus já visitados pelas instituições entrevistadas.

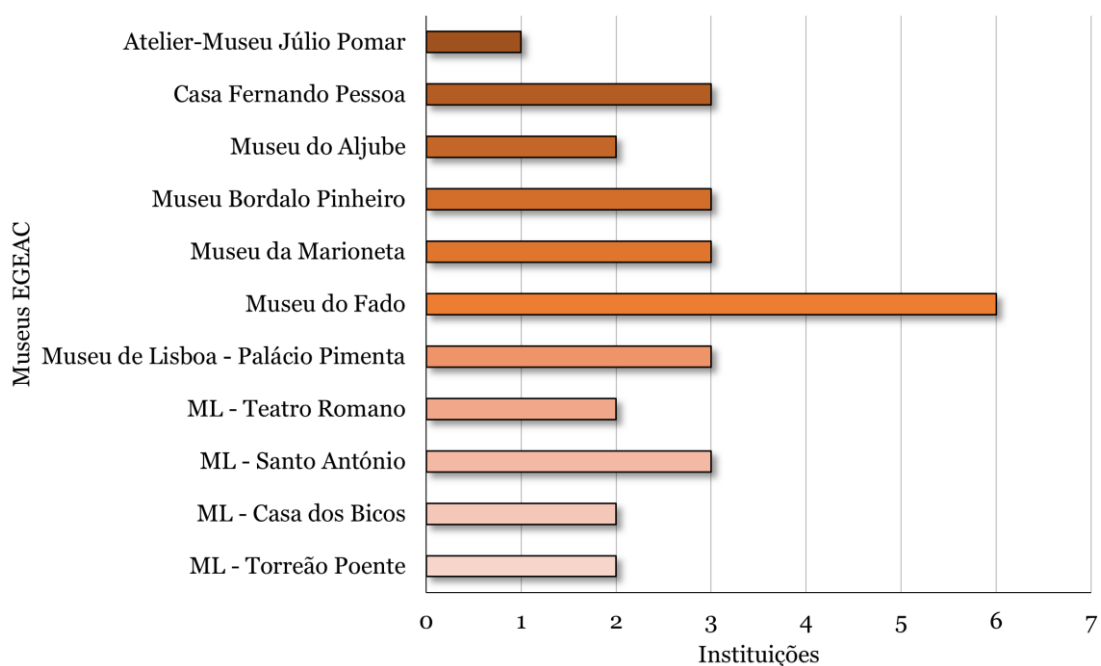


Figura 1 - Museus geridos pela EGEAC visitados pelas instituições entrevistadas.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Conclui-se que o museu que as instituições mais visitaram é o Museu do Fado, conhecido por seis das sete instituições. Por outro lado, o Atelier-Museu Júlio Pomar ainda só foi visitado por uma. Os restantes, receberam duas ou três das instituições. Uma instituição não visitou

nenhum dos espaços, contudo, considera que seria interessante a visita, apesar de não ter conhecimento da oferta.

Quanto à experiência nestes espaços, as instituições dizem-se satisfeitas, de modo geral.

Algumas questões de acessos e de acessibilidade física foram assinaladas, muitas delas condicionadas pela localização do edifício, na malha urbana do centro histórico de Lisboa, onde as limitações ao trânsito, a orografia e os pavimentos não são amigáveis para a circulação de pessoas idosas ou com mobilidade reduzida, como ilustrado na seguinte afirmação:

«As acessibilidades a estes espaços são dificultadas antes de entrar no espaço.» (E9)

As características intrínsecas dos edifícios onde os museus estão instalados oferecem, por vezes, dificuldades, como é o caso do Museu da Marioneta, apontado por duas instituições como um edifício de acesso dificultado pela escadaria de entrada, se bem que apresente uma solução alternativa, que requer pedido prévio. Apesar disso, os recursos humanos conseguem minimizar esta questão:

«No Museu da Marioneta, depois de subir todas as escadas dei nota que era pretensão sentarem-se um pouco. A guia foi extraordinária e encaminhou-nos para o pátio exterior para primeiramente descansarem (...).» (E12)

A acessibilidade financeira não foi esquecida. Assinalou-se que apesar da entrada livre nos museus municipais de Lisboa ser gratuita para as pessoas com mais de 65 anos, as visitas guiadas e atividades são, na maior parte das vezes, pagas, facto que constitui uma limitação à visita.

Quanto à acessibilidade intelectual, foi qualificada como «muito boa», «boa» e «adequada». Foi referido, apenas, um caso em que o técnico que fez a visita guiada demonstrou pouca sensibilidade para com o grupo. Todas as restantes experiências foram bem avaliadas. Fizeram-se as seguintes apreciações:

«São adaptadas ao público sénior? Não, mas são acessíveis.»; «[no núcleo Santo António] O técnico que nos recebeu foi excelente, muito acessível.» (E8)

«[no Museu do Fado] Estão mais preparados para grupos com dimensões maiores, conseguem fazer a visita separando o grupo, mas em simultâneo.» (E9)

«Penso que sim, ou se não foram pensadas para os seniores, devem ter sido adaptadas. (...) Geralmente somos sempre bem recebidos.»; «As visitas que já fizeram continuam a ser lembradas e comentadas (...), portanto considero que foram boas experiências.» (E12).

3.2.2. As Pessoas Seniores

A amostra de questionários recolhidos nos seis museus corresponde a 113 exemplares, dos quais 107 foram considerados válidos. As pessoas que responderam estavam integradas em 14 grupos provenientes de instituições diferentes, entre elas: projetos de juntas de freguesia e de câmaras municipais, universidades séniores e centros de dia. O seu anonimato é garantido, podendo-se adiantar que as instituições participantes estão sediadas nos municípios de Amadora, Lisboa, Portimão, Santarém, Setúbal e Sintra.

Apresenta-se, de seguida, uma proposta de análise destes dados numa perspetiva global, mas também com cruzamento de dados por variáveis

3.2.2.1. Caraterização Sociodemográfica

Os inquiridos têm uma média de idades de 75 anos, sendo que o mais novo tinha 60 e o mais velho 95. Quanto ao sexo, há uma clara predominância feminina, em oposição a uma minoria masculina (figura 2).

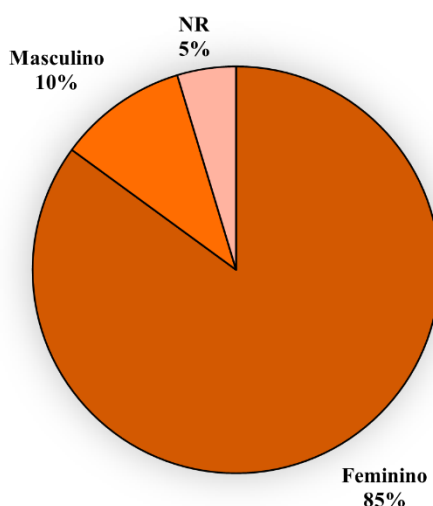


Figura 2 - Sexo dos inquiridos.

Fonte: Elaborado pelo autor.

A amostra revelou residir, na sua maior parte, no concelho de Lisboa (figura 3) e ser reformada ou aposentada (figura 4):

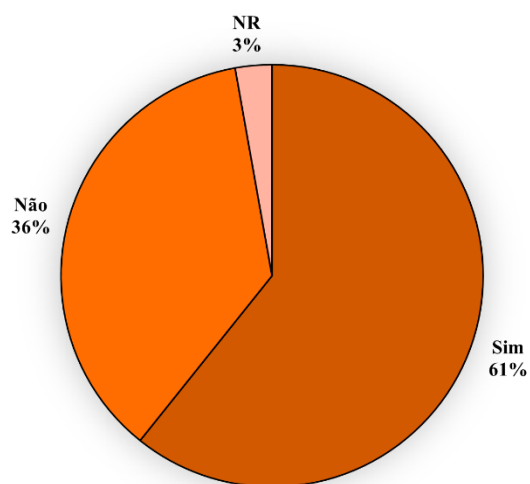


Figura 4 - Inquiridos residentes no concelho de Lisboa.

Fonte: Elaborado pelo autor.

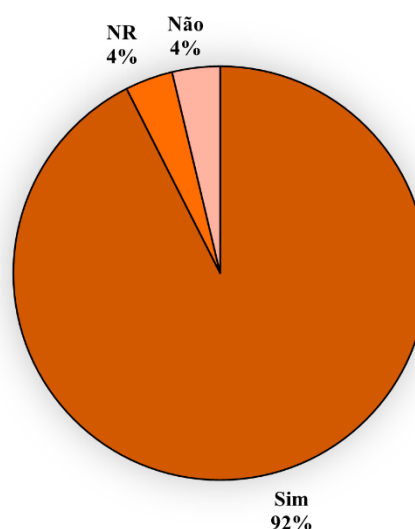


Figura 3 - Inquiridos reformados ou aposentados.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Apurou-se o nível de formação escolar, dados que se revelaram equilibrados, entre os diferentes graus de ensino. O ensino secundário e o 1º ciclo do ensino básico são os mais frequentes, seguindo-se a licenciatura ou nível superior e o 3º ciclo do ensino básico (figura 5). Nenhum inquirido indicou a opção «sem escolaridade».

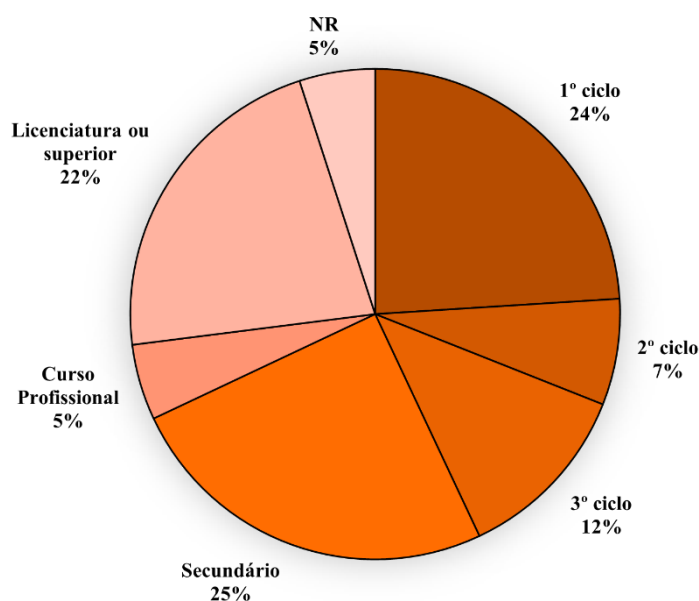


Figura 5 - Nível de formação escolar dos inquiridos.

Fonte: Elaborado pelo autor.

3.2.2.2. Visita a Museus: Frequência e Contexto

Quando questionados sobre a frequência com que costumam visitar museus, a resposta mais frequente foi «às vezes» (48,6%), seguida de perto por «frequentemente» (43%). Apenas 6,5% dos inquiridos referiram visitar museus «raramente».

No cruzamento de dados da frequência de museus por faixas etárias (até 75 anos ou mais de 75 anos⁴¹), constata-se que as pessoas com menos de 75 anos são visitantes mais frequentes, ao contrário daqueles com 75 ou mais, que visitam menos frequentemente (figura 6).

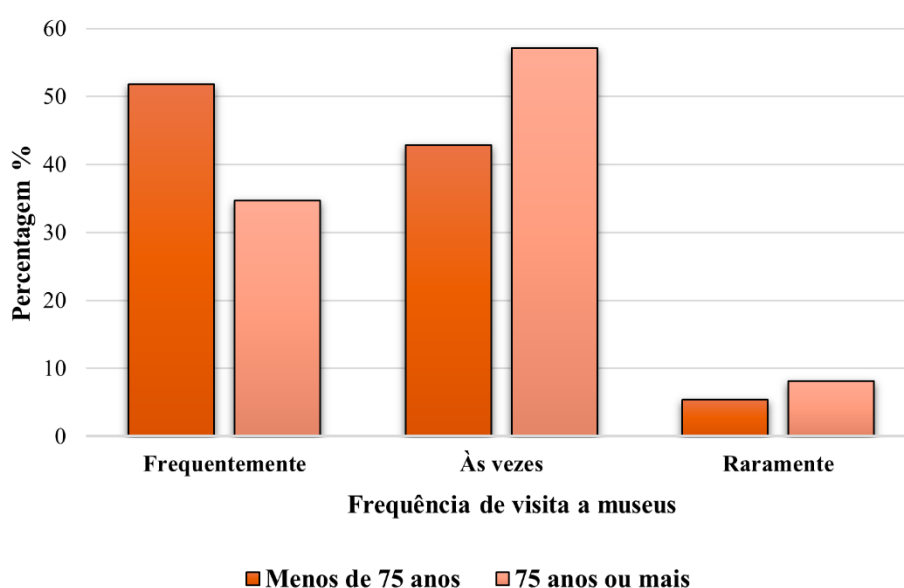


Figura 6 - Frequência de museus por faixa etária dos inquiridos.

Fonte: Elaborado pelo autor.

A análise da frequência de museus por sexo, indica-nos que os homens visitam museus mais frequentemente do que as mulheres (figura 7). Importa, porém, lembrar que estes resultados referem-se à amostra, em que apenas 10% é do sexo masculino.

⁴¹ A utilização dos 75 anos como marcador de faixa etária justifica-se pela média de idades dos inquiridos que é, justamente, de 75 anos.

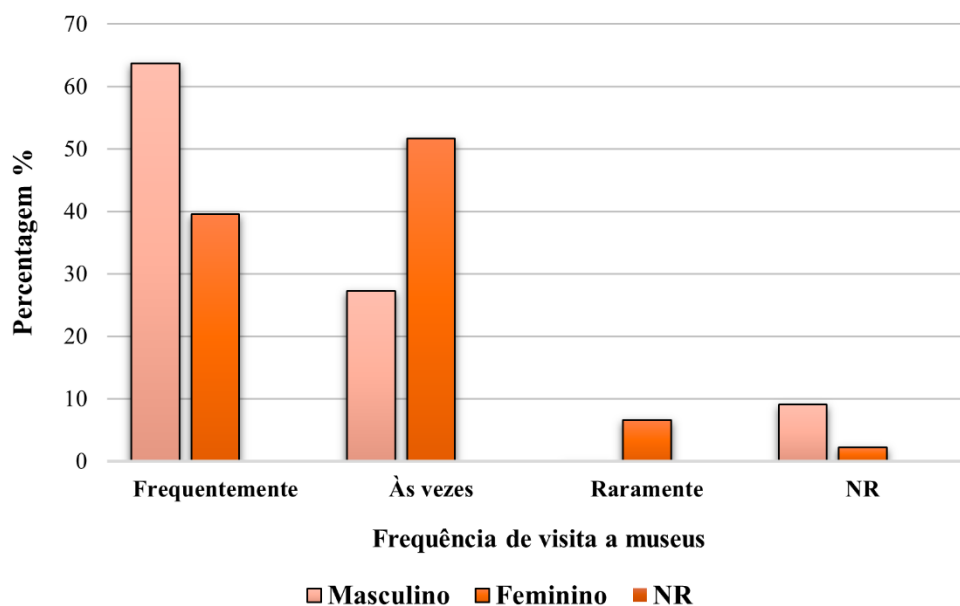


Figura 7 - Frequência de museus por sexo dos inquiridos.

Fonte: Elaborado pelo autor.

No que se refere à frequência de museus por nível de formação escolar, apesar de um relativo equilíbrio, observa-se que quem visita museus raramente são sobretudo pessoas com curso profissional, 1º ciclo e ensino secundário. Já os visitantes frequentes têm níveis de formação relativamente superiores: 2º ciclo, licenciatura ou nível superior e ensino secundário (figura 8).

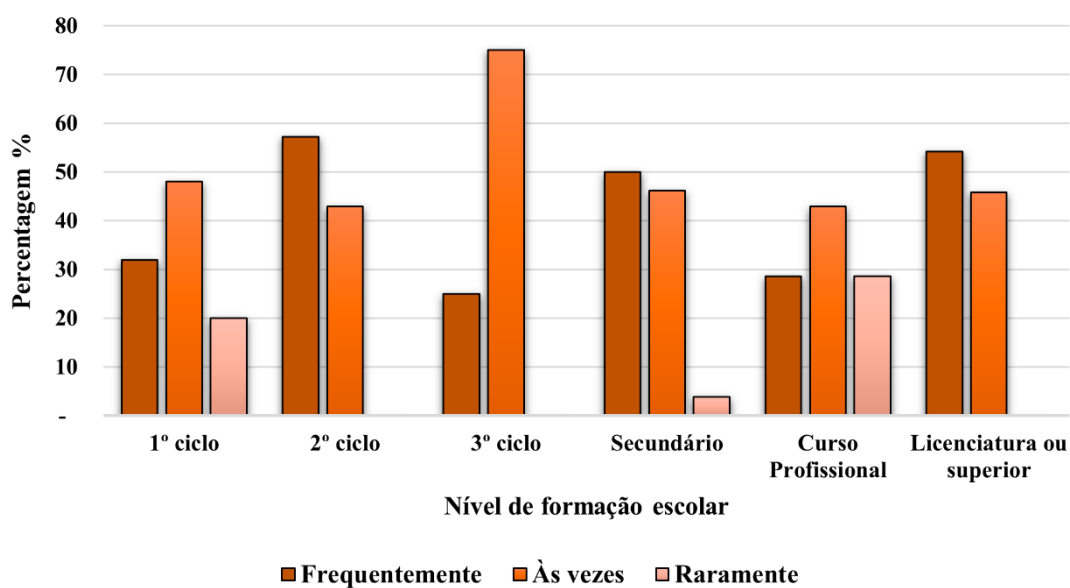


Figura 8 - Frequência de museus por nível de formação escolar dos inquiridos.

Fonte: Elaborado pelo autor.

65% da amostra declara que gostaria de visitar mais museus do que aqueles que visita, enquanto 20% diz estar satisfeita com a quantidade de museus que frequenta. De referir, que nesta questão, 15% das respostas não foram validadas por ter sido selecionada mais do que uma opção.

Numa pergunta de resposta múltipla, os inquiridos afirmaram visitar museus, maioritariamente, «em grupos organizados» (59%). O segundo contexto de visita mais comum é «com família e amigos» (25%) e, finalmente, «sozinho» (16%).

3.2.2.3. Visita a Museus da EGEAC

No que toca à frequência dos museus com gestão EGEAC, os resultados apresentam-se na figura 9 (optou-se por separar os núcleos do Museu de Lisboa para maior detalhe acerca da frequência de espaço museológico).

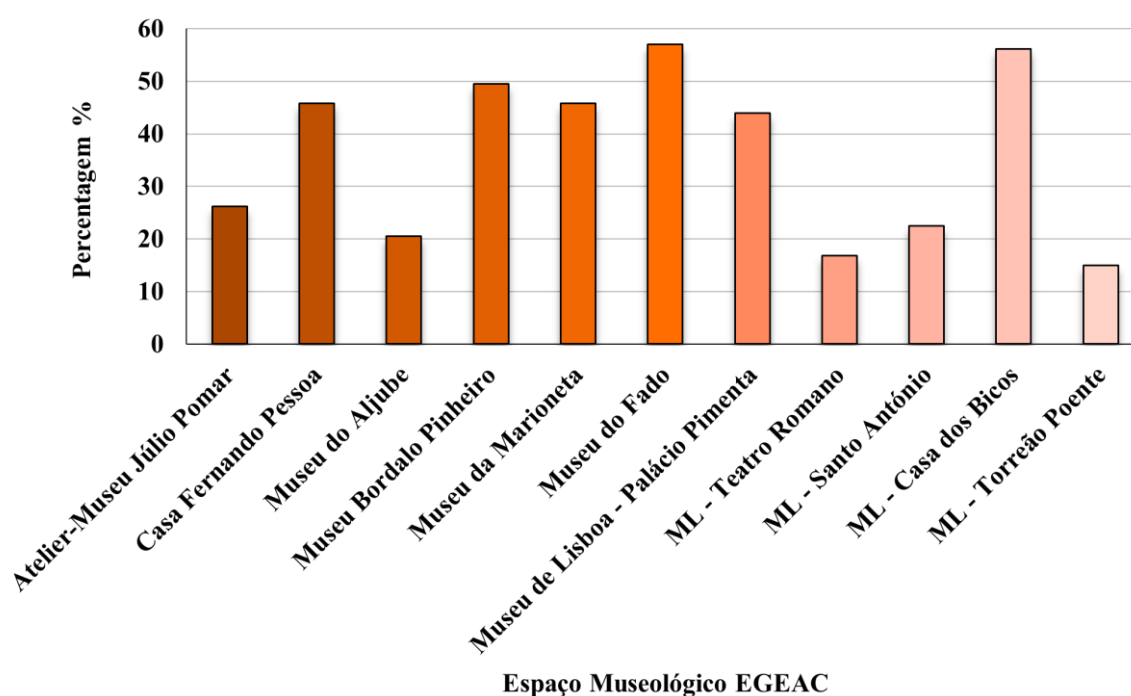


Figura 9 - Inquiridos que visitaram os museus geridos pela EGEAC.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os três museus mais visitados são o Museu do Fado, o Museu de Lisboa - Casa dos Bicos e o Museu Bordalo Pinheiro, os três já visitados por 50% ou mais dos participantes neste inquérito. O Museu da Marioneta, a Casa Fernando Pessoa e o Museu de Lisboa - Palácio Pimenta, foram já visitados por mais de 40%.

O Atelier-Museu Júlio Pomar recebeu 26% dos inquiridos, enquanto o Museu de Lisboa - Santo António recebeu 22%. Os menos visitados foram o Museu do Aljube (21%), o Museu de Lisboa - Teatro Romano (17%) e o Museu de Lisboa - Torreão Poente (15%). É pertinente relembrar que o Torreão Poente encontra-se encerrado para obras, desde 2020.

Perguntou-se, ainda, se a visita que decorreu, aquando da aplicação do questionário, era a primeira ao museu em causa. Para 66% dos inquiridos, era a primeira visita, ao passo que, para 31% esta foi já uma visita repetida.

3.2.2.4. Motivações para a Visita

Numa pergunta de resposta múltipla inquirindo sobre as motivações para a visita que tinham acabado de realizar, os inquiridos responderam da seguinte forma (figura 10):

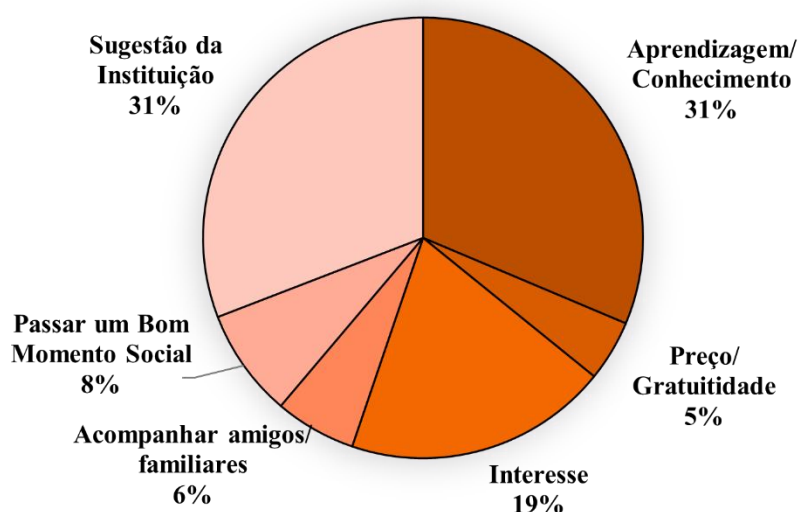


Figura 10 - Motivações dos inquiridos para a visita ao museu.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os fatores que mais influenciaram a visita ao museu foram, em pé de igualdade, «sugestão da instituição com quem veio» e «aprendizagem/conhecimento», seguidos de «interesse». As motivações menos apontadas foram «passar um bom momento social», «acompanhar amigos/familiares» e «preço/gratuidade», mencionadas por menos de vinte pessoas. Na opção «outro» registaram-se mais duas motivações: «curiosidade» e razões de saúde «preciso de caminhar».

3.2.2.5. Avaliação da Visita

Quanto à avaliação geral da visita apenas concluída, a maioria (82%) afirmou estar «muito satisfeito(a)», 11% estava «satisfeito(a)» e ninguém respondeu «insatisfeito(a)» ou «muito insatisfeito(a)». Esclarece-se que 7% dos inquiridos não responderam a esta questão.

Pedi-se que indicassem, de entre as opções dadas, o que mais tinham apreciado na visita. As opções selecionadas por mais pessoas foram «a exposição», «a história contada» e «o guia ou monitor», equilibradas entre elas. Seguiram-se «o convívio e a companhia», «as aprendizagens» e «a receção e o acolhimento». Por fim, as opções menos escolhidas foram «as memórias que trouxe», «os espaços gerais como loja, átrio ou jardim» e «o conforto» (figura 11).

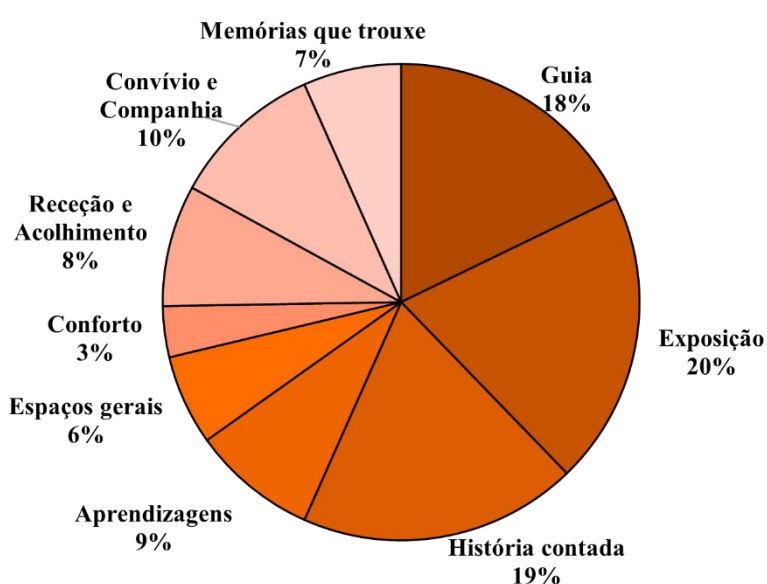


Figura 11 - Elementos que os inquiridos mais apreciaram na visita.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Relativamente à duração da visita, a esmagadora maioria (89%) considera que «durou o tempo ideal», ao passo que, cerca de 7% das pessoas acreditam que «foi curta». Apenas 2% defendem que «foi longa».

Ainda se questionou sobre a aprendizagem de coisas ou habilidades novas, ao que 85% dos inquiridos responderam «sim». Apenas 3% responderam «não».

À pergunta «Divertiu-se?», todas as pessoas que responderam, afirmaram que «sim».

Colocaram-se duas questões sobre o que faltou ou correu menos bem na visita ou dificuldades sentidas.

Quanto ao que correu menos bem, entre várias opções, a mais assinalada foi «bancos ou cadeiras e momentos de descanso», por 16 pessoas, seguindo-se de «momentos de partilha e

interação» por 6 pessoas. Na opção «outro» obteve-se quatro respostas: «cafeteria/pastelaria», «cafeteria», «elevador sem funcionar, dificuldade, portanto de acessibilidade para pessoas portadoras de deficiência motora», «tudo maravilhoso, excepto o cansaço de estar de pé, mas isso tem de ser, claro» e «tenho dificuldades em estar de pé».

É de salientar que a maioria dos inquiridos não assinalou alguma opção. Registaram-se, ainda, as seguintes observações escritas: «tudo bem organizado», «correu tudo bem», «superou as expectativas». De seguida a distribuição dos tópicos assinalados por museu (figura 12):

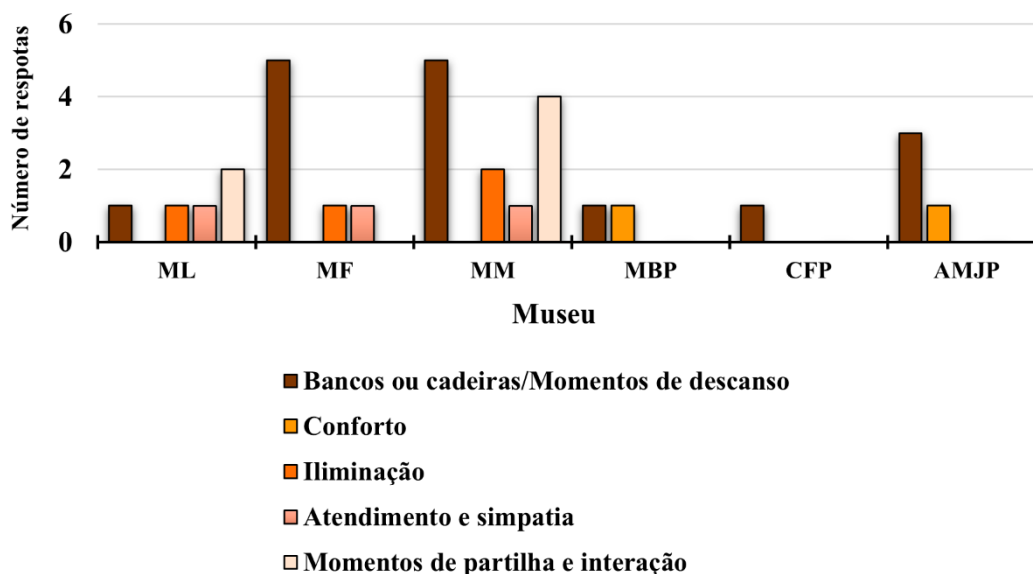


Figura 12 - Aspectos que correram menos bem na visita dos inquiridos, por museu.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Acerca das dificuldades sentidas 10 pessoas indicaram «não consegui descansar ou sentar-me», 5 não conseguiram ouvir bem o guia ou áudios, outras 5 indicaram não ter conseguido expressar as suas ideias e participar. Com menos de cinco respostas, as opções: «não consegui ver bem algumas partes da exposição», «não consegui ler bem as legendas e textos» e «não consegui entender bem o discurso». No espaço para apontar outras dificuldades não listadas, registaram-se as seguintes respostas: «gostava de poder ler mais tranquilamente os textos explicativos expostos»; «os áudios não funcionavam bem»; «não vi parte da exposição porque não havia onde sentar».

Uma vez mais, a maioria dos inquiridos não indicou alguma dificuldade. Apontaram-se os comentários: «não senti nenhuma dificuldade» e «absolutamente nada, boa dicção e bem audível». Na figura 13, esquematiza-se as dificuldades sentidas por museu:

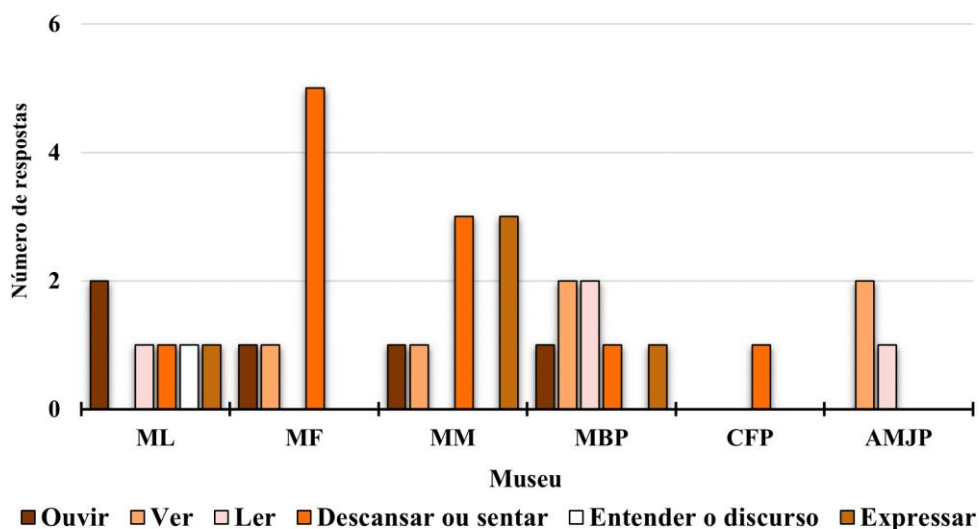


Figura 13 - Dificuldades sentidas na visita dos inquiridos, por museu.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Uma outra análise que se considera pertinente é a percentagem de inquiridos que assinalou aspetos que correram menos bem na visita, dificuldades sentidas ou sugestões aos museus, por nível de formação escolar (correspondente às questões 11, 12 e 13 do questionário). A conclusão a que se chegou, mesmo que de forma ligeira, é que quanto mais alto o nível de formação escolar, mais críticas e opinativas foram as pessoas (figura 12).

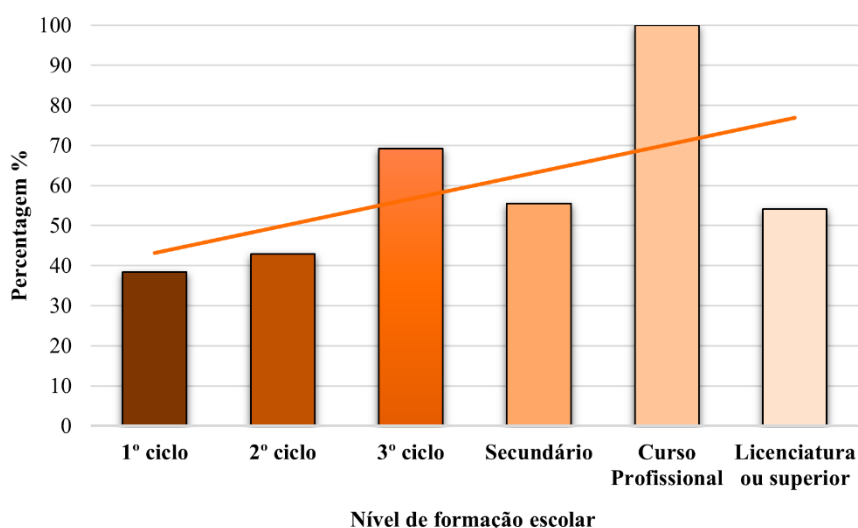


Figura 14 - Respostas às questões 11, 12 e 13 por nível de formação escolar dos inquiridos.

Fonte: Elaborado pelo autor.

As perguntas deixadas sem respostas podem ser indicativas de que de facto não há nada a assinalar por parte dos visitantes, mas também pode indicar a falta de capacidade ou à-vontade para avaliar a experiência e o espaço. Para além disso, as dificuldades sentidas por alguns inquiridos no preenchimento do próprio questionário podem também ter sido uma das causas das «não respostas» ou respostas não válidas.

3.2.2.6. Questão Aberta

Uma última questão deixou espaço para sugestões e comentários, para que os museus melhorem a receção ao público sénior. Foram deixadas quarenta observações dentro dos seguintes tópicos:

Demonstração de agrado com a visita;	- «adorei tudo» - «somos sempre bem recebidos» - «parabéns pela visita guiada, valeu a pena vir de Santarém com 48 pessoas»
Incentivo à realização de mais visitas guiadas e iniciativas do género em museus;	-«mais iniciativas deste género. Estimula a aprendizagem, o convívio e a cultura» - «gostaria de visitar mais museus em grupo e com guia, pois é deveras interessante e importante, tanto a nível social como cultural» - «é muito bom para os seniores não ficarem em casa em frente à TV» - «é pena que nem todos tenham visitas guiadas» - «fazerem mais visitas guiadas para os vários públicos»
Recomendação de mais e melhor divulgação por parte dos museus;	- «maior divulgação das exposições nos meios de comunicação social» - «considero que deveria haver mais divulgação»

	- «uma maior divulgação dos museus a nível de redes sociais, eventualmente, até programa num canal televisivo» - «no caso em apreço, a livraria apresenta só material respeitante [ao museu em causa]. Deveria ter um escaparate relativo aos outros espaços (Fado, Padrão ou Castelo)»
Sugestões de melhorias nos museus;	- «mais iluminação em certos museus» - «abrirem mais ao público sénior com condições económicas adequadas à nossa sociedade» - «bar ou cafetaria» - «elevadores, locais para ouvir o guia sentado, rampas» - «devem proporcionar boas condições e alargamento de horário e melhorar a visibilidade aos visitantes, bem como aconselhamento aos mais desconhecidos»

Quadro 12 - Respostas à questão aberta do questionário.

Fonte: Elaborado pelo autor.

3.3. Conclusões Gerais e Discussão dos Resultados

Apresenta-se, agora, o cruzamento dos resultados obtidos na investigação.

O universo dos museus municipais de Lisboa engloba realidades muito distintas em termos de atividade e de públicos. Grande diversidade foi também encontrada dentro das sete instituições participantes no estudo, onde se manifesta, entre os seus participantes seniores, maior representatividade feminina e grande diversidade quanto aos níveis de formação escolar.

No que diz respeito ao perfil dos inquiridos, onde também se observou maioria feminina, tem média de 75 anos, reside em Lisboa e é reformado ou aposentado. Os níveis de ensino mais comuns são o secundário e o 1º ciclo. Frequenta museus às vezes, sendo que as pessoas com menos de 75 anos visitam mais frequentemente do que aquelas que têm mais de 75.

A análise dos resultados expõe algumas lacunas no que se refere aos dados estatísticos recolhidos pelos seis museus em estudo, nomeadamente, quanto às pessoas seniores participantes em atividades de SE e em programação geral. Este facto não nos permite compreender a verdadeira dimensão deste público-alvo no total de visitantes.

O museu mais visitado quer pelas instituições entrevistadas, quer pelo público que respondeu aos questionários é o Museu do Fado, o que vai de encontro aos dados estatísticos fornecidos pelos museus, que apontam para que este tenha sido o museu que recebeu mais público sénior, em 2022.

Quanto às questões de acesso financeiro, várias medidas têm facilitado o acesso a pessoas com mais de 65 anos, sobretudo em contexto de visitas livres e para residentes no concelho de Lisboa. De realçar que uma das razões referidas pelas instituições, para não visitarem mais museus é, precisamente, a questão das limitações financeiras destas e dos seus utentes.

Para todas estas instituições, bem como para as próprias pessoas seniores (apesar da sua heterogeneidade), os museus desempenham um papel relevante no envelhecimento ativo (nas vertentes cognitiva e intelectual, social e física), por isso, procuram visitá-los com frequência.

As parcerias entre museus e instituições deste género têm vindo a aumentar, apesar de serem ainda escassas. Também a EGEAC encontra vantagens nestas parcerias e demonstra abertura para receber propostas por parte das instituições, ao passo que a iniciativa por parte dos museus não é tão notória.

Segundo a EGEAC, o público sénior é bastante assíduo e presente na sua atividade. Os museus recebem visitantes idosos estrangeiros e nacionais (pontuais e outros que são mais regulares). Os grupos organizados representam uma grande parte do público mais velho dos museus municipais de Lisboa. O grau de satisfação dos grupos das instituições em estudo com a experiência em museus é, em média, muito bom. Estas experiências têm um impacto bastante positivo na vida e no bem-estar das pessoas.

As instituições denotam maior preparação, flexibilidade e condições para a receção dos públicos seniores, por parte dos museus da região de Lisboa, em comparação com aqueles mais afastados geograficamente.

A dimensão dos grupos é uma questão problemática para algumas instituições que realizam visitas com grupos grandes, grupos estes que nem sempre podem ser recebidos nos museus, ou ser recebidos de forma adequada, dificultando a logística. Por outro lado, tanto museus como algumas instituições acreditam nas vantagens de trabalhar com grupos menos numerosos.

A acessibilidade física é, em grande parte, condicionada pelas características intrínsecas dos edifícios, bem como pelas ruas e bairros onde estão instalados. Ainda assim, estes museus

afirmam ter feito as adaptações necessárias e possíveis para garantir a inclusão de todos os públicos, situação confirmada pela própria EGEAC. Por outro lado, as instituições afirmam encontrar bastantes dificuldades nesta área, sobretudo no acesso aos museus (estacionamento, transportes) e na falta de assentos ao longo da visita, questões que as afastam de visitarem museus, mais frequentemente. Os inquiridos reafirmam esta temática da falta de bancos ou cadeiras nas exposições, dificuldade sentida por muitos dos inquiridos.

No que toca à acessibilidade intelectual e comunicacional todos os museus têm estado a trabalhar aspetos como a audiodescrição, as réplicas táteis ou os textos acessíveis. As instituições sugerem melhorias no material comunicacional, no tipo de discurso dos guias e na duração e percursos das visitas. Outro tema referido, várias vezes, é a infantilização da pessoa sénior, prática que revela idadismo, a evitar pelos profissionais dos museus. Destes, as instituições esperam interação, sensibilidade, capacidade de ouvir e respeito. As pessoas idosas demonstram valorizar a componente humana da experiência de visita. A formação adequada é considerada essencial para o acolhimento de pessoas seniores ou com necessidades específicas.

De facto, os museus municipais de Lisboa mostram-se informados e comprometidos com os públicos seniores, focando-se sobretudo na questão das acessibilidades física, comunicacional e financeira a fim de se tornarem mais inclusivos. Quanto à dinamização de atividades, programação e comunicação dirigidas o trabalho ainda não é tão expressivo.

Relativamente à oferta de atividades, as propostas não infantojuvenis ainda são pouco exploradas. Existe alguma oferta para adultos, mas é rara aquela dirigida a pessoas seniores, segmentação que alguns museus acreditam não ser apropriada ou vantajosa. Por seu lado, a maior parte das instituições com atividade junto da pessoa sénior acha pertinente e benéfica a participação em dinâmicas diretamente dirigidas a este público. A instituição cujo nível de formação escolar dos seus associados é mais alta, não partilha desta visão.

Para o representante da EGEAC, é importante não «forçar» segmentos de público que não têm relação com os equipamentos. A mistura de públicos, a diversificação, o rejuvenescimento e a intergeracionalidade são algumas das visões de públicos defendidas pelos museus.

Trabalham-se alguns projetos de continuidade e proximidade com determinados segmentos de público (doentes de Alzheimer, centros de dia de proximidade, avós e netos), caminho que alguns dos museus planeiam seguir. O tema da memória é amplamente associado a este público e explorado aquando da realização de visitas e atividades, constituindo também um contributo importante para o próprio museu. Este tema é, igualmente, apontado pelas instituições como um tópico bastante estimulado durante a visita a museus, sendo um importante contributo para o envelhecimento ativo.

A atividade mais realizada com grupos seniores é a visita guiada. As instituições preferem visitas guiadas a visitas livres, mas demonstram abertura e vontade para realizar outras dinâmicas promovidas pelos museus. Enfatizam, contudo, que há escassez de oferta nesta área e dificuldades em encontrá-la. Também as pessoas seniores demonstram interesse em participar e sugerem a realização mais visitas e dinâmicas nos museus.

A maioria das pessoas inquiridas gostaria de visitar museus mais do que visita e quando o faz, fá-lo maioritariamente em grupos organizados por alguma instituição. Aquilo que mais os motiva à visita é a sugestão das instituições e também a aprendizagem e conhecimento. No final da visita destacam que gostaram sobretudo da exposição, da história contada, do guia e do convívio e companhia, notando-se aqui a, já referida, valorização dos aspetos mais humanos da experiência. Todos dizem ter aprendido coisas novas.

Ao acolher grupos de pessoas seniores, os SE dos museus priorizam as questões do conforto, da adaptação do discurso do guia, da sensibilidade, da participação e do diálogo. Estes também se mostram disponíveis para sair do museu para ir ao encontro das pessoas, às suas instituições, sob pedido. Por sua vez, as instituições afirmam realizar, pouco frequentemente, atividades relacionadas com museus dentro da instituição, com recurso aos meios digitais. Demonstram, contudo, muita receptividade à visita dos museus à instituição, que consideram muito pertinente, sobretudo para os utentes com menor grau de mobilidade.

No âmbito da divulgação, por norma, os museus não desenvolvem estratégias específicas para chegar ao público sénior, incluindo-o na divulgação geral. Há, contudo, preocupação com a divulgação junto das comunidades locais e vizinhas. Já as instituições dizem ter dificuldades em encontrar, autonomamente, informação detalhada sobre as acessibilidades e oferta dirigida a este público nos museus. Gostariam também de ser mais convidadas à participação e visita por iniciativa dos museus.

A COVID-19 afetou de forma profunda a visita de pessoas seniores aos museus, afastando-as. Atrair o público sénior aos museus e melhorar as acessibilidades físicas e intelectuais, são os principais desafios apontados com relação a este público.

A maioria dos museus não recolhe registos de avaliação e *feedback* do público, mas a sua experiência constata uma alargada satisfação das pessoas mais velhas, quando os visitam. Os questionários aplicados aos visitantes validam esta satisfação já que a esmagadora maioria afirmou estar «muito satisfeito» com a visita realizada. As pessoas idosas são vistas como sinceras, espontâneas e participativas.

Apesar desta satisfação os inquiridos deixaram comentários e sugestões aos museus, entre eles o incentivo à realização de mais visitas guiadas e iniciativas do género em museus, a

recomendação de mais e melhor divulgação e sugestões de melhoramentos do espaço, das acessibilidades e das condições de visita.

Há de facto uma relação entre os museus em estudo, as instituições e as pessoas seniores inquiridas. Há pontos a melhorar e as ambições para o futuro indicam que esta relação irá aprofundar-se, por vontade dos vários intervenientes. A oferta pode, contudo, dirigir-se mais diretamente à procura. Há um certo desencontro de comunicação entre as partes já que a EGEAC e os museus demonstram abertura nesta colaboração, mas esperam, muitas vezes, a iniciativa por parte das instituições. Estas por sua vez, desejavam uma maior iniciativa de convite e contacto por parte dos museus, já que muitas vezes a cultura não é a prioridade da sua ação diária e o conhecimento sobre a oferta é escasso.

Novas estratégias de relação com os públicos seniores, nos âmbitos da comunicação, programação educativa e parcerias podem ser pensadas e desenvolvidas. Existe uma particular necessidade de atuação junto das pessoas seniores mais velhas e daquelas com níveis de escolaridade mais baixos, já que de acordo com a bibliografia e com os dados recolhidos na investigação, estas participam menos frequentemente em visitas a museus, sendo por isso uma população em maior risco de exclusão cultural. A saída dos museus para chegar ao encontro destas pessoas é uma prática ainda pouco explorada pela generalidade destes museus e que pode ter, aqui, um papel social de grande relevância.

Conclusão

Esta dissertação de mestrado tinha como objetivo compreender a relação entre os museus e os públicos seniores, através da revisão bibliográfica e da investigação de um estudo de caso no município de Lisboa. A estratégia metodológica permitiu recolher e cruzar dados primários e secundários, qualitativos e quantitativos, dos museus municipais, de instituições com atividade junto de pessoas idosas e de mais de uma centena de visitantes destes museus. Daqui resultou a criação de uma grelha de tópicos relevantes para a análise da temática. Desta forma pôde-se compreender as perspetivas da oferta e da procura identificando encontros e desencontros desta relação. No decurso de todo o trabalho de pesquisa encontrou-se sempre disponibilidade e interesse em participar por parte das instituições e das pessoas.

Os resultados permitiram responder à questão de investigação «Que relação existe entre a oferta dos museus municipais de Lisboa e a procura por parte do público sénior?». Concluiu-se que existe uma inter-relação positiva e promissora. Todavia a oferta direcionada é, ainda, escassa e, nem sempre, considerada necessária. A procura nem sempre sente que a visita é facilitada ou incentivada, identificando um certo distanciamento da oferta, sobretudo nos âmbitos da comunicação e das acessibilidades. Ainda assim, ambas as perspetivas, na sua generalidade, valorizam e demonstram empenho e interesse em aprofundar a relação e o trabalho em conjunto, pois, daqui, resultam benefícios como o contributo para o envelhecimento ativo. Para atingir este objetivo parece ser necessário o desenvolvimento de mais convites, parcerias e colaborações entre a oferta e a procura.

No enquadramento teórico constatou-se que a terceira idade é uma fase de vida que pode ser vista como uma oportunidade de desenvolvimento pessoal, de aprendizagem e de socialização. É fundamental promover um envelhecimento ativo e educar sobre formas de utilizar o tempo de lazer de uma maneira produtiva e prazerosa e que promova a educação ao longo da vida, contexto em que os idosos tanto aprendem como ensinam. Os museus correspondem a estes objetivos e têm um enorme potencial de ação na mitigação dos vários desafios que o envelhecimento comporta, a nível individual ou social. Podem ser espaços de educação, lazer e ponto de encontro para as comunidades e pessoas de perfis diversos. Pode funcionar como espaço de participação, partilha, democracia e desenvolvimento social e humano, cumprindo assim, a sua relevância e utilidade na sociedade.

Em Portugal, são fracas as práticas culturais dos idosos, mas a procura e o interesse destas pessoas pela participação cultural e por museus está a aumentar em consequência da emergência

de um novo perfil de idoso: vive até mais tarde e de forma mais saudável, tem níveis de formação escolar mais altos, vontade de continuar a aprender, maior disponibilidade financeira e de tempo. Todos estes fatores contribuem para uma maior apetência para o turismo sénior e para a fruição dos tempos livres através de atividades culturais, sendo de esperar uma maior representação deste público, no total de visitantes dos museus. As entidades e as pessoas participantes nesta investigação atestam estes dados, expondo também o papel dos níveis de formação escolar na frequência de atividade cultural.

Os resultados da investigação confirmam que os benefícios da conexão entre museus e pessoas mais velhas são numerosos para todos os intervenientes. Assim, estando a população portuguesa cada vez mais envelhecida, é essencial fomentar esta relação. Existe a necessidade de intervir culturalmente dentro desta faixa etária, sobretudo no âmbito das políticas públicas. A presença, cada vez mais numerosa, de recursos museológicos no território português permite uma proximidade física às comunidades que pode ser maximizada com a abertura das suas portas, com inclusão e dinamismo. Os museus municipais de Lisboa têm procurado aprofundar esta relação de proximidade com os seus munícipes, muitos deles na faixa etária sénior e residentes dos bairros históricos da cidade.

Inúmeras orientações internacionais e nacionais vão no sentido do aprofundamento desta relação, para além da temática das acessibilidades no espaço museológico, que apesar de importantes, não são suficientes por si só, como foi testemunhado na presente investigação. As instituições museológicas, particularmente as de tutela pública, devem tornar-se espaços que, através das suas coleções, memórias e conhecimentos, contribuam para o bem-estar das pessoas e as façam sentir que os museus também lhes pertencem. Para isso, devem ser proativos e maximizar o espaço, acervo e profissionais ao seu dispor. A memória, por várias vezes referida no estudo de caso deste trabalho, pode ser um excelente ponto de partida.

É importante a criação de dinâmicas museais e abordagens diversas para públicos seniores que se revelam heterogéneos: mais ou menos escolarizados, familiarizados ou não com museus, visitantes em grupo ou individuais, numa perspetiva de alargamento de públicos, além dos ditos tradicionais. A intergeracionalidade, é também uma perspetiva que tem os seus benefícios e os museus entrevistados pretendem segui-la.

Importa estabelecer vínculos significativos com os públicos no sentido de desenvolver uma experiência que marque e acrescente valor à vida das pessoas. Os museus estão cada vez mais centrados nas pessoas, olhando-as não apenas como consumidoras, mas também como participantes e criadores de cultura, numa perspetiva de democracia cultural. Assim, o

envolvimento das pessoas e das comunidades deve acontecer em todas as fases, de uma forma participativa.

Sendo que a avaliação de ações com públicos seniores por parte dos museus é praticamente inexistente, as conclusões e os dados recolhidos nesta investigação, poderão ser utilizados tanto pela oferta como pela procura a fim de encontrarem melhores respostas e estratégias para a sua interação, com o objetivo de aumentar e melhorar a qualidade da participação cultural desta faixa etária. Demonstrada a pertinência e a valorização da relação entre os museus e as pessoas idosas, o objetivo passa por inspirar o desenvolvimento de programas, ações, objetivos, colaborações e investigações que aproximem a oferta e a procura, para benefício de ambos.

Os museus têm a oportunidade de explorar este segmento de público, ainda pouco trabalhado, em Portugal, mas um *target* com muitas potencialidades. Os dados aqui apresentados, apesar de algumas lacunas estatísticas, dizem-nos que este é um público presente, assíduo e participativo dentro da EGEAC. Seria interessante reforçar a relação com este público, sobretudo aquele pertencente às comunidades de proximidade, um perfil que se entende relevante para o cumprimento dos eixos estratégicos da EGEAC.

Muitos progressos têm vindo a concretizar-se dentro desta temática, mas há sempre mais a fazer. Para o futuro desta área de investigação, um estudo de caso mais alargado seria pertinente. O aprofundamento de cada temática abordada, associada à oferta ou à procura, pode também ser um caminho a seguir.

Este tipo de estudos é essencial para melhor compreender o público, efetivo e potencial, podendo criar linhas de ação adequadas para corresponder às expectativas e necessidades dos públicos que os museus procuram servir. Deste modo, é fundamental que as instituições museológicas e culturais utilizem deste conhecimento produzido, juntamente com as recomendações institucionais e ajam em conformidade.

Fontes

Legislação Internacional

Universal Declaration of Human Rights – Portuguese. <https://www.ohchr.org/en/human-rights/universal-declaration/translations/portuguese?LangID=por> [Acesso em 01/08/2023].

Legislação Nacional

Constituição da República Portuguesa – CRP. *Diário da República*, n.º 86/1976, Série I de 1976-04-10.

Decreto-Lei n.º 398/99, de 13 de outubro. *Diário da República*, Série I-A, n.º 239/1999, de 1999-10-13. [Altera o Decreto-Lei n.º 161/97, de 26 de junho, que aprova a orgânica do Instituto Português de Museus]. (1999)

Decreto-Lei n.º 47/2004, de 19 de agosto. *Diário da República*, Série I-A, n.º 195/2004, de 2004-08-19. [Lei-Quadro dos Museus Portugueses].

Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de agosto. *Diário da República*, Série I, n.º 152/2006, de 2006-08-08. [Aprova o regime da acessibilidade aos edifícios e estabelecimentos que recebem público, via pública e edifícios habitacionais, revogando o Decreto-Lei n.º 123/97, de 22 de maio].

Resolução do Conselho de Ministros n.º 9/2007, de 17 de janeiro. *Diário da República*, 1ª série, n.º 12, de 17 de janeiro de 2007. [Plano Nacional de Promoção da Acessibilidade (PNPA)].

Fontes Administrativas Portuguesas

Agência para a Modernização Administrativa (AMA). (2018). *Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG) 2.1. Recomendação W3C*. <https://www.acessibilidade.gov.pt/wcag/> [Acesso em 01/08/2023].

Camões – Instituto da Cooperação e da Língua, I.P. (2018). *ENED - Estratégia Nacional de Educação para o Desenvolvimento 2018-2022*. <https://ened-portugal.pt/site/public/paginas/introducao-pt-2.pdf> Acesso em 09/03/2023.

DGArtes. (2021). *Programa de Apoio em Parceria Arte e Envelhecimento Ativo*. https://www.dgartes.gov.pt/sites/default/files/pap2021_arteenvelhecimentoativo_avisointegr.pdf [Acesso em 11/04/2023].

DGPC. (2016). *Estudo de Públicos de Museus Nacionais - Resultados Globais (Folheto)*. DGPC.

DGPC. (2021a). *EPAI – Estratégia de Promoção da Acessibilidade e da Inclusão dos Museus, Monumentos e Palácios 2021-2025*. DGPC.

DGPC. (2021b). *Estatísticas de visitantes dos museus, monumentos e palácios da DGPC. 2020–2021*.

https://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/museus_e_monumentos/estatisticas1/mp2020-2021.pdf [Acesso em 17/08/2023].

DGPC. (2022). *Matriz Diagnóstico de Acessibilidade*. https://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/docs/2022/11/17/Matriz_Diagnostico-de-Acessibilidade17.11.2022.xlsx [Acesso em 14/03/2023].

DGPC. (s.d.). *Rede Portuguesa de Museus*. <https://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/rede-portuguesa/> [Acesso em 14/03/2023].

Segurança Social (SS). (2023). *Pensão de Velhice*. <https://www.seg-social.pt/pensao-de-velhice> [Acesso em 14/03/2023].

Serviço Nacional de Saúde (SNS). (2017). *Estratégia nacional para o envelhecimento ativo e saudável 2017-2025*. DGS.

Fontes Estatísticas

- Eurobarómetro. (2013). *Cultural access and participation - Factsheets Portugal*. Comissão Europeia. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/1115> [Acesso em 06/04/2023].
- INE – Instituto Nacional de Estatística. (2002). *Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio – 2000*. INE.
- INE. (2011). *Estatísticas da Cultura – 2010*. INE.
- INE. (2020). *Projeções de População Residente em Portugal 2018-2080*. https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=406534255&DESTAQUESmodo=2&xlang=pt [Acesso em 14/03/2023].
- INE. (2021). *Dos 19,6 anos de esperança de vida aos 65 anos em 2019, 7,3 são de vida saudável* - 2021. https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=471121097&DESTAQUESmodo=2&xlang=pt [Acesso em 11/04/2023].
- INE. (2022a). *Estatísticas da Cultura – 2021*. INE.
- INE. (2022b). *Censos 2021 Resultados Definitivos - Portugal*. INE.
- INE. (2022c). *Tábuas de Mortalidade em Portugal. NUTS - 2019-2021*. https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=541021600&DESTAQUESmodo=2 [Acesso em 20/03/2023].
- INE. (2022d). *População residente (N.º) por Local de residência (à data dos Censos 2021), Sexo e Grupo etário*. <https://tabulador.ine.pt/indicador/?id=0011609> [Acesso em 03/07/2023].
- INE. (2022e). *População residente (N.º) por Local de residência (à data dos Censos 2021), Sexo, Grupo etário e Nível de escolaridade mais elevado completo*. <https://tabulador.ine.pt/indicador/?id=0011697> [Acesso em 03/07/2023].
- INE. (s.d.). *Índice de envelhecimento (N.º). Metainformação*. https://www.ine.pt/bddXplorer/htdocs/minfo.jsp?var_cd=0000603&lingua=PT [Acesso em 26/09/2022].
- Pordata. (2022). *Museus: total de visitantes, visitantes escolares e estrangeiros*. <https://www.pordata.pt/municipios/museus+total+de+visitantes++visitantes+escolares+e+estrangeiros-744> [Acesso em 06/04/2023].
- Pordata. (2023). *População residente com 16 a 64 anos e 65 a 89 anos: por nível de escolaridade completo mais elevado (%)*. [https://www.pordata.pt/portugal/populacao+residente+com+16+a+64+anos+e+65+a+89+anos+por+nivel+de+escolaridade+completo+mais+elevado+\(percentagem\)-2266-179446](https://www.pordata.pt/portugal/populacao+residente+com+16+a+64+anos+e+65+a+89+anos+por+nivel+de+escolaridade+completo+mais+elevado+(percentagem)-2266-179446) [Acesso em 29/03/2023].

Fontes Administrativas Internacionais

- (2021). *Carta do Porto Santo. A Cultura e a Promoção da Democracia: Para uma Cidadania Cultural Europeia*. <https://portosantocharter.eu/wp-content/uploads/2021/05/CartaDoPortoSanto.pdf>.
- CE – Comissão Europeia. (2018). *The Silver Economy*. <https://doi.org/10.2759/640936>.
- CE. (2023). *Culture and Democracy: the evidence. How citizens' participation in cultural activities enhances civic engagement, democracy and social cohesion. Lessons from international research*. <https://doi.org/10.2766/39199>.

- Departamento dos Assuntos Económicos e Sociais das Nações Unidas. (2023). *World Social Report 2023: Leaving no one behind in an ageing world*.
- ICOM – International Council of Museums. (2020). *2020 – Museums for Equality: Diversity and Inclusion. International Museum Day*. <https://imd.icom.museum/past-editions/2020-museums-for-equality-diversity-and-inclusion/> [Acesso em 06/03/2023].
- ICOM. (s.d.a). *History of ICOM*. <https://icom.museum/en/about-us/history-of-icom/> [Acesso em 13/03/2023].
- ICOM. (s.d.b). *Missions and objectives*. <https://icom.museum/en/about-us/missions-and-objectives/> [Acesso em 13/03/2023].
- ICOM Portugal. (2022). *Nova definição de Museu*. <https://icom-portugal.org/2022/09/30/nova-definicao-de-museu-2/> [Acesso em 26/02/2023].
- ICOM Portugal. (2023). *Museus, Sustentabilidade e Bem-estar. Dia Internacional dos Museus 2023*. <https://icom-portugal.org/2022/12/10/museus-sustentabilidade-e-bem-estar-dia-internacional-dos-museus-2023/> [Acesso em 09/03/2023].
- NEMO – The Network of European Museum Organisations. (2020). *Survey on the impact of the COVID-19 situation on museums in Europe. Final Report*. https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_Report_12.05.2020.pdf [Acesso em 17/08/2023].
- OECD & ICOM. (2019). *Culture and local development: maximising the impact. A guide for local governments, communities and museums*. <https://doi.org/10.1787/20794797>.
- OMS – Organização Mundial de Saúde. (2005). *Envelhecimento ativo: Uma Política de Saúde*. Organização Pan-Americana da Saúde.
- OMS. (2009). *Guia Global das Cidades Amigas das Pessoas Idosas*. Fundação Calouste Gulbenkian.
- OMS. (2022). *Ageing and health*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health> [Acesso em 21/03/2023].
- OMT – Organização Mundial do Turismo. (s.d.). *Tourism and Culture*. <https://www.unwto.org/tourism-and-culture> [Acesso em 01/08/2023].
- ONU – Organização das Nações Unidas. (1991). *United Nations Principles for Older Persons*. General Assembly Resolution 46/91 of 16 December 1991.
- ONU. (2006). *Convention On The Rights Of Persons With Disabilities* Departamento dos Assuntos Económicos e Sociais das Nações Unidas. <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html> [Acesso em 05/03/2023].
- ONU. (2020). *Policy brief: the impact of covid-19 on older persons*. <https://unsdg.un.org/resources/policy-brief-impact-covid-19-older-persons> [Acesso em 07/08/2023].
- ONU. (s.d.). *Goal 3*. Departamento dos Assuntos Económicos e Sociais das Nações Unidas. <https://sdgs.un.org/goals/goal3> [Acesso em 29/03/2023].
- UNESCO Institute for Lifelong Learning (s.d.). *Home*. <https://www.uil.unesco.org/en> [Acesso em 10/04/2023].

Fontes Oraís

- Entrevista a Liliana Pina, Coordenadora do Serviço Educativo do Museu Bordalo Pinheiro, Lisboa, 17/10/2022.
- Entrevista a David Felismino, Diretor-adjunto do Museu de Lisboa, Lisboa, 24/10/2022.
- Entrevista a Teresa Ramos e Andreia Almeida, Coordenadora e Técnica do Serviço Educativo da Casa Fernando Pessoa, Lisboa, 25/10/2022.

Entrevista a Margarida Ferra e Rafael Alexandre, Responsável de Comunicação e Técnico do Serviço Educativo do Museu da Marioneta, Lisboa, 07/11/2022.

Entrevista a Sara Matos e Rita Salgueiro, Diretora e Responsável do Serviço Educativo do Atelier-Museu Júlio Pomar, Lisboa, 05/12/2022.

Entrevista a Sara Pereira, Diretora do Museu do Fado, Lisboa, 19/01/2022.

Entrevista a Liliana Miranda, Animadora Sociocultural do Centro Social e Paroquial da Penha de França, Lisboa, 10/10/2022.

Entrevista a Ana Fernandes, Técnica da Junta de Freguesia responsável pelo projeto Universidade Sénior de Santa Maria Maior «Saber Maior», Lisboa, 14/10/2022.

Entrevista a Ana Maciel, Gestora de Produto - Programação turística da Fundação INATEL, *online*, 25/10/2022.

Entrevista a Miguel Marques, Raquel Silva, Patrícia Pesqueira e Inês Brito, Presidente e Técnicas do Departamento de Ação Social da Junta de Freguesia de Campolide, Lisboa, 24/10/2022 e 15/12/2022.

Entrevista a Margarida Valla, Joana Pinho e Rosa Alves, Presidente, Vice-Presidente e Voluntária responsável pelo acompanhamento de grupos da Associação Portuguesa dos Amigos dos Castelos, Lisboa, 31/10/2022 e 11/11/2022.

Entrevista a Ana Silva Almeida, Técnica Superior responsável pelo projeto Espaço Briosos de Alvalade, (com participação de duas utentes - Maria da Graça Correia e Ana Burguière), Lisboa, 19/12/2022.

Entrevista a Rita Marques, Diretora da ERPI Nossa Senhora do Carmo da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, Lisboa, 20/12/2022.

Entrevista a Pedro Moreira, Presidente do Conselho de Administração da EGEAC, Lisboa, 14/07/2023.

Bibliografia

- AAVV. (2002). *Encontro Museus e Educação. Actas do colóquio realizado no CCB*. IPM.
- Alcoforado, L., Rodrigues, H., & Alcoforado, A. (2016). Acessibilidade intelectual e aprendizagem transformativa: os museus como espaços educativos de pessoas adultas. *Laplage em Revista*, 2(1), pp. 112-126. <https://doi.org/10.26512/museologia.v4i7.16779>.
- Alzheimer Portugal (2023). *Rede MID – Museus para a Inclusão na Demência*. <https://alzheimerportugal.org/redemid/> [Acesso em 13/04/2023].
- Antunes, M. C. & Jesus, C. S. (2018). O Museu como contexto de educação comunitária: um projeto de promoção do envelhecimento bem-sucedido. *Estudos Interdisciplinares sobre o Envelhecimento*, 23(1), pp. 9-26. <https://doi.org/10.22456/2316-2171.74213>.
- Antunes, M. C. & Pereira, J. (2014). Animação sociocultural e terceira idade. In *Cultura e Participação: Animação Sociocultural em Contextos Iberoamericanos*, pp. 135-145. RIAP – Associação Rede Iberoamericana de Animação Sociocultural – Nodo Português.
- Araújo, O. S. C. C; Hinsliff-Smith, K. & Cachioni, M. (2022). Education and Social Relationships between Museums and Older People: A Scoping Review. *Anais do Museu Paulista: História E Cultura Material*, 30, pp. 1-31. <https://doi.org/10.1590/1982-02672022v30e28>.
- Arts Access Aotearoa. (2020). *Arts For All*. Arts Access Aotearoa & Creative New Zealand.
- Asenjo, E., Asensio, M. & Rodríguez-Moneo, M. (2012). Aprendizaje informal. In Asensio, Rodriguez, Asenjo & Castro (Eds.). *SIAM - Series Iberoamericanas de Museología - Museos y educación*, año 3, vol. 2, pp. 39-53. Universidad Autónoma de Madrid.
- Associação Portuguesa dos Amigos dos Castelos. (s.d.). *Sobre Nós*. <https://amigosdoscastelos.pt/sobre-nos/> [Acesso em 03/07/2023].

- Atelier-Museu Júlio Pomar. (s.d.a). *O Edifício*.
<https://www.ateliermuseujuliopomar.pt/museu/o-edificio/> [Acesso em 01/07/2023].
- Atelier-Museu Júlio Pomar. (s.d.b). *O Museu*.
<https://www.ateliermuseujuliopomar.pt/museu/apresentacao/> [Acesso em 01/07/2023].
- Azevedo, V., Carvalho, M., Fernandes-Costa, F., Mesquita, S., Soares, J., Teixeira, F. & Maia, A. (2017). Transcrever entrevistas: questões conceptuais, orientações práticas e desafios. *Revista de Enfermagem Referência*, 4(14), pp. 159-168.
<https://doi.org/10.12707/RIV17018>.
- Bourdieu, P. & Darbel, A. (1969). *L'amour de l'art : les musées d'art européens et leur public*. 2ª ed. Les Éditions de Minuit.
- Braun V. & Clarke V. (2022). *Thematic Analysis: a practical guide*. Sage.
- Brighenti, S. B. (2021). A cultura e a promoção da democracia: recomendações da Carta do Porto Santo para os museus. *MIDAS Museus e Estudos Interdisciplinares*, 13, pp. 89-102.
<https://doi.org/10.4000/midas.2749>.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods 4th edition*. Oxford University Press.
- Cabral, M. V., Silva, P. A., Almeida, M. F. & Cabaço, Susana (2011). *Seniores de Lisboa: Capital Social e Qualidade de Vida. Estudo Preliminar*. Câmara Municipal de Lisboa, Universidade Nova de Lisboa e Instituto do Envelhecimento da Universidade de Lisboa.
- Cabral, M. V. (Coord.), Ferreira, P. M., Silva, P. A., Jerónimo, P. & Marques, T. (2013). *Processos de envelhecimento em Portugal: usos do tempo, redes sociais e condições de vida*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Cabral, M. V., Silva, P. A. & Batista, M. T. (2016). *Envelhecimento em Lisboa, Portugal e Europa*. ICS.
- Calouste Gulbenkian Foundation UK Branch. (2017). *Rethinking Relationships. Inquiry Into The Civic Role Of Arts Organisations. Phase 1 Report*.
- Camacho, C. F. (2004). Museus e educação de adultos em Portugal: Tendências e práticas. *Aprender ao Longo da Vida*, 2, pp. 31-35.
- Camacho, C. F. (2007). Serviços Educativos na Rede Portuguesa de Museus: panorâmica e perspectivas. In Barriga, S. & Silva, S. G. (Eds.). *Serviços Educativos na Cultura - Coleção Públicos nº2*, pp. 26-40. Sete Pés.
- Camacho, C. F. (Coord.). (2021). *Grupo de Projeto Museus no Futuro. Relatório Final*. DGPC.
- Câmara Municipal de Lisboa (CML). (2022). *Crianças apresentam propostas para futuros museus de Lisboa*. <https://www.lisboa.pt/atualidade/noticias/detalhe/criancas-apresentam-propostas-para-futuros-museus-de-lisboa> [Acesso em 10/06/2023].
- CML. (2023). *Passe Cultura garantido até ao final de 2023*.
<https://www.lisboa.pt/atualidade/noticias/detalhe/passe-cultura-garantido-ate-ao-final-de-2023> [Acesso em 19/07/2023].
- Campos, J. A. F. (2017). *Os Museus como Parceiros no Educação e Formação de Adultos Seniores*. [Tese de Doutoramento]. FCSH, Universidade Nova de Lisboa.
- Casa Fernando Pessoa. (s.d.a). *História*. <https://www.casafernandopessoa.pt/pt/cfp/casa/sobre-n/historia> [Acesso em 01/07/2023].
- Casa Fernando Pessoa. (s.d.b). *Sobre nós*.
<https://www.casafernandopessoa.pt/pt/cfp/casa/sobre-n> [Acesso em 01/07/2023].
- Cavaco, C. (2009). Turismo sénior: Perfis e práticas. *Cogitur, Journal of Tourism Studies*, 2(2), pp. 33-64.
- Centro Social e Paroquial de Nossa Senhora da Penha de França. (s.d.). *Centro de Dia*.
<https://www.csppf.pt/valencias/centro-de-dia> [Acesso em 03/07/2023].
- Correia, T. M. M. (2014). *Novos perfis de qualidade de vida após os 65 anos. II Ciclo de Estudos em Gerontologia Social Aplicada* [Dissertação de Mestrado]. Universidade Católica Portuguesa.

- Costa, R. P. (2014). *Ridendo Castigat Mores. A Transcrição de Entrevistas e a (Re)Construção Social da Realidade*. In *Actas do VIII Congresso Português de Sociologia: “40 Anos de Democracia(s): Progressos, Contradições e Prospetivas”*. Universidade de Évora.
- Creswell, J. W. (1994). *Research design: Qualitative and quantitative approaches*. Sage Publications.
- Cunha, L., Pereira, F. & Loureiro, A. (2019). Educação para o suporte social e satisfação com a vida em idosos. In Barroso, Á., Hoyos, A., Silva, H. & Fortunato, I. (Orgs.). *Diálogos interdisciplinares do envelhecimento*, pp. 47-66.
- Eco, U. (1995 [1977]). *Como se faz uma tese em ciências humanas*. 6ª edição. Editorial Presença.
- EGEAC. (2021). *Instrumentos de Gestão Previsional – 2021*. <https://egeac.pt/sobre/documentos-institucionais/>. [Acesso em 27/07/2023].
- EGEAC. (2022). *Instrumentos de Gestão Previsional – 2022*. <https://egeac.pt/sobre/documentos-institucionais/>. [Acesso em 27/07/2023].
- EGEAC. (2023a). *Instrumentos de Gestão Previsional – 2023*. <https://egeac.pt/sobre/documentos-institucionais/>. [Acesso em 27/07/2023].
- EGEAC. (2023b). *Eixos Estratégicos*. <https://egeac.pt/sobre/eixos-estrategicos/>. [Acesso em 03/02/2023].
- EGEAC. (s.d.). *Sobre a empresa*. <https://egeac.pt/sobre/> [Acesso em 03/07/2023].
- Falk, J. H. & Dierking, L. D. (2013). *The Museum Experience Revisited*. Left Coast Press.
- Faria, M. L. (2020). L’Amour de L’Art, uma ferramenta para uma reflexão histórico-simbólica sobre contextos atuais. In Neves, J. S. & Camacho, C. F. (Orgs.). *Nos 50 Anos de L’Amour de L’Art: Dívidas, Críticas e Desafios*, pp. 33-42. Mundos Sociais.
- Ferreira, M. L. S. (2021). *Os museus como instância educativa ao serviço dos idosos* [Dissertação de Mestrado]. ISCTE-IUL.
- Ferreira, V. S. (2014). Artes de entrevistar: composição, criatividade e improvisação a duas vozes. In Torres, L. L., Palhares, J. A. (Eds.). *Metodologia de investigação em ciências sociais da educação*, pp. 165-195. Húmus.
- Figurelli, G. (2015). Os Serviços Educativos em Museus Portugueses: Uma contextualização Histórica. *Cadernos de Sociomuseologia*, 6, pp. 115-135. <https://doi.org/10.36572/csm.2015.vol.50.05>.
- Fonseca, A. & Sousa, J. (2021). Os visitantes seniores nos centros de interpretação: a importância de uma comunicação acessível. In Sousa, J., Freire, C. & Mangas, C. *Caminhos Para Uma Sociedade Mais Inclusiva*, pp. 271-296. Edições Almedina.
- Fróis, J. P. (2020). Museus de arte e formação de públicos: perspetiva crítica. In Neves, J. S. & Camacho, C. F. (Orgs.). *Nos 50 Anos de L’Amour de L’Art: Dívidas, Críticas e Desafios*, pp. 91-102. Mundos Sociais.
- Fundação INATEL. (s.d.). *A Fundação*. [https://www.inatel.pt/Fundacao/INATEL-\(2\)/Fundacao.aspx](https://www.inatel.pt/Fundacao/INATEL-(2)/Fundacao.aspx) [Acesso em 03/07/2023].
- Gama, A., Teodoro, A. & Simões, A. (2014). Participação dos idosos: percursos construídos por finalistas da licenciatura em animação sociocultural. In *Cultura e Participação: Animação Sociocultural em Contextos Iberoamericanos*, pp. 146-159. RIAP – Associação Rede Iberoamericana de Animação Sociocultural – Nodo Português.
- Ghiglione, R. & Matalon, B. (2001[1977]). *O Inquérito: Teoria e Prática*. 4ª edição. Celta Editora.
- Giammanco, M. D., Gitto, L. & Ofria, F. (2022). Museums’ accessibility for senior citizens: Some evidence from Italy. *European Journal of Tourism Research*, 31, article nr. 3116. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v31i.2410>.
- Gomes, R., & Lourenço, V. (2009). *Democratização Cultural e Formação de Públicos. Inquérito aos "Serviços Educativos" em Portugal*. Observatório das Actividades Culturais.

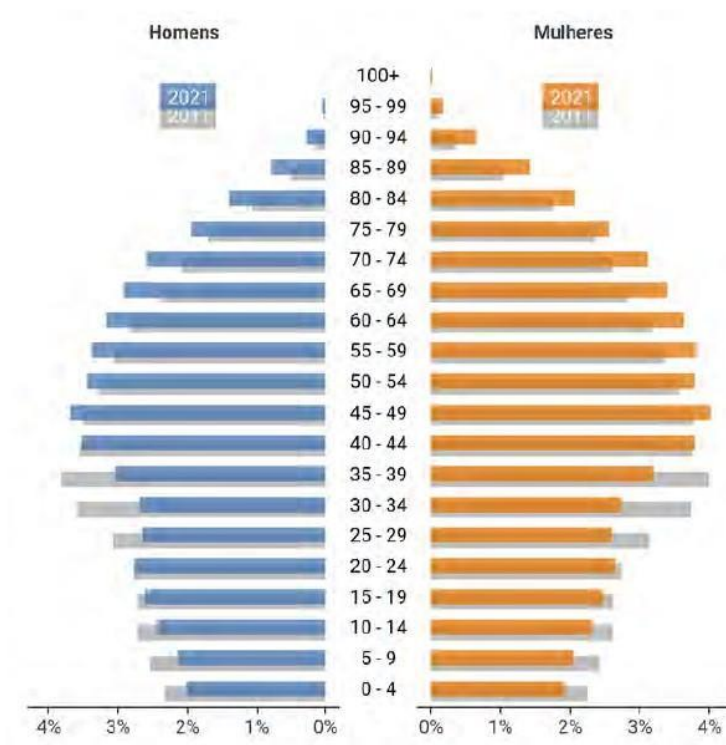
- Guimarães, P. (2019). Educação ao Longo da Vida. *Sisyphus — Journal of Education*, 7(2), pp. 6-8. <https://doi.org/10.25749/sis.18179>.
- Hsieh, H. (2020). Museum lifelong learning of the aging people. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, pp. 4831-4835. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.03.779>.
- Hooper-Greenhill, E. (1994). *Museums and Their Visitors*. Routledge.
- INR – Instituto Nacional para a Reabilitação. (2020). *Design universal*. <https://www.inr.pt/design-universal> [Acesso em 7/03/2023].
- INATEL Turismo. (s.d.). *Contactos*. <https://turismo.inatel.pt/optitravel/online/www/layout40/index.php> [Acesso em 03/07/2023].
- Junta de Freguesia de Alvalade. (s.d.). *Projetos*. <https://www.jf-alvalade.pt/tema-a-tema/cultura/projetos-cultura/> [Acesso em 03/07/2023].
- Junta de Freguesia de Campolide. (s.d.a). *Património*. <https://www.jf-campolide.pt/patrimonio/> [Acesso em 10/07/2023].
- Junta de Freguesia de Campolide. (s.d.b). *Serviços*. <https://www.jf-campolide.pt/servicos/> [Acesso em 03/07/2023].
- Junta de Freguesia de Santa Maria Maior. (2019). *Saber Maior*. <https://www.jf-santamariamaior.pt/sabermaior/> [Acesso em 03/07/2023].
- Lamas, P. (s.d.). *Golden Age*. Museu São Roque. https://mais.scml.pt/museu-saoroque/golden-age/?doing_wp_cron=1654602020.4307808876037597656250 [Acesso em 17/03/2023].
- Lopes, G., Coelho, E., Neves, J. S., Gomes, R., Perista, H. & Guerreiro, M. (2001). *Inquérito à Ocupação do Tempo - 1999: Principais Resultados*. INE.
- López Gil, E. (Coord.). (2021). *Accesibilidad en museos. Manual de buenas prácticas para profesionales e instituciones*. AMMA - Asociación de Museólogos y Museógrafos de Andalucía.
- Loureiro, A. (2019). Desafios do Envelhecimento Populacional: por uma educação permanente participada. *Laplage em Revista*, 5(2), pp. 42-49. <https://doi.org/10.24115/S2446-6220201952662p.42-49>.
- Marques, M. (2011). *Discriminação da Terceira Idade*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Mauritti, R. (2004). Padrões de vida na velhice. *Análise Social*, 39(171), pp. 339-363.
- Melo, I. M. (2012). Aprendizagem Transformativa em Museus - A sua Natureza e Possibilidades. In Asensio, Rodriguez, Asenjo & Castro (Eds.). *SIAM - Series Iberoamericanas de Museología - Museos y educación*, año 3, vol. 2, pp. 65-72. Universidad Autónoma de Madrid.
- Mendes, J. A. (2013). *Estudos do Património: Museus e Educação*. 2ª ed. Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Mezirow J. (2009). An overview on transformative learning. In Illeris, K (Ed.). *Contemporary Theories of Learning - Learning Theorists ... In Their Own Words*, pp. 90-105. Routledge.
- Mineiro, C. (Coord.). (2004). *Temas de Museologia. Museus e Acessibilidade*. IPM.
- Mineiro, C., Herdade, J. & Peralta, F. (2017). *Estudo diagnóstico sobre a acessibilidade dos imóveis afetos à DGPC. Relatório Final. 1ª Parte – Análise dos imóveis com serviços dependentes*. Direção Geral do Património Cultural.
- Mineiro, C. (Coord.). (2017). *Guia de Boas Práticas de Acessibilidade - Comunicação Acessível e Inclusiva em Monumentos, Palácios e Museus*. Turismo de Portugal, I. P. e Direção Geral do Património Cultural.
- Moura, C. (2011/02/07). *O Pulsar do Meio Século 1953-2011, Historial crítico sobre os Serviços Educativos dos Museus do Estado*. [Comunicação apresentada em conferência]. Encontro Nacional Serviços Educativos em Portugal: Ponto da Situação, CECA - Comité de Educação e Acção Cultural - ICOM Portugal, Lisboa.

- Museu Bordalo Pinheiro. (s.d.). *História*. <https://museubordalopinheiro.pt/museu/historia/> [Acesso em 01/07/2023].
- Museu da Marioneta. (s.d.). *O Museu*. <https://www.museudamarioneta.pt/pt/museu/> [Acesso em 01/07/2023].
- Museu de Lisboa. (2023). *Museu de Lisboa é membro fundador da rede Museus para a Inclusão na Demência*. <https://www.museudelisboa.pt/pt/acontece/noticias/museu-de-lisboa-e-membro-fundador-da-rede-museus-para-inclusao-na-demencia> [Acesso em 08/06/2023].
- Museu de Lisboa (s.d.). *Sobre Nós*. <https://www.museudelisboa.pt/pt/sobre-nos> [Acesso em 01/07/2023].
- Museu do Fado. (s.d.a). *História do Museu*. <https://www.museudofado.pt/historia> [Acesso em 01/07/2023].
- Museu do Fado. (s.d.b). *Missão*. <https://www.museudofado.pt/missao> [Acesso em 01/07/2023].
- Neves, J. M. & Barbosa R. (2022). A Educação em museus: Caminhos e cenários de mediação cultural. *Sensos-e*, 9(1), pp. 66-75. <https://doi.org/10.34630/sensose.v9i1.4331>.
- Neves, J. S. (2020a). O estudo dos públicos nos museus nacionais: enquadramento e metodologia. *Todas as Artes. Revista Luso-brasileira de Artes e Cultura*, 3(1), pp. 23-32. <https://doi.org/10.21747/21843805/ta3n1a2>.
- Neves, J. S. (2020b). L'Amour de L'Art e os públicos de Museus Nacionais em Portugal: Perspectivas analíticas, ilustrações empíricas e desafios para as políticas. In Neves, J. S. & Camacho, C. F. (Orgs.). *Nos 50 Anos de L'Amour de L'Art: Dívidas, Críticas e Desafios*, pp. 43-58. Mundos Sociais.
- Neves, J. S. & Mourão, T. (2016). O estudo de públicos nos Museus Nacionais. *Revista Património*, 4, pp. 140-144.
- Neves, J. S. (Coord.), Santos, J. & Apolinário S. (2020). *Públicos da Exposição "Loulé: Territórios, Memórias, Identidades" no Museu Nacional de Arte Antiga - Relatório*. Observatório Português das Atividades Culturais.
- Neves, J. S. (Coord.), Santos, J. A. & Lima, M. J. (2013). *O Panorama Museológico em Portugal: os Museus e a Rede Portuguesa de Museus na Primeira Década do Século XXI*. DGPC.
- Queirós, A. D. S. (2012). El papel de los museos como las estructuras orgánicas de la Educación No-Formal. In Asensio, Rodriguez, Asenjo & Castro (Eds.). *SIAM - Series Iberoamericanas de Museología - Museos y educación*, año 3, vol. 2, pp. 55-63. Universidad Autónoma de Madrid.
- Pais, J. M., Magalhães, P. & Antunes, M. L (Coords.). (2022). *Práticas culturais dos portugueses. Inquérito 2020*. ICS.
- Patrício, M. R. (2019). Educação formal, não formal e informal. In Brites, M. J., Amaral, I. & Silva, M. T. (Eds.). *Literacias cívicas e críticas: refletir e praticar*, pp. 105-107. CECS.
- Pimentel, L. (2001). *O Lugar do Idoso na Família. Contextos e Trajetórias*. Quarteto Editora.
- Rosa, M. (2012). *O Envelhecimento da sociedade portuguesa*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Santa Casa da Misericórdia de Lisboa (s.d.). *População +65*. <https://scml.pt/acao-social/populacao-65/> [Acesso em 03/07/2023].
- Santos, M. L. L. (Coord.). (2005). *O Panorama Museológico em Portugal [2000-2003]*. OAC e IPM/RPM.
- Santos, S. (2011). Museus inclusivos: Realidade ou Utopia? In Semedo A. & Costa, P. (Orgs.). *Ensaio e Práticas em Museologia*, pp. 306-325. Universidade do Porto.
- Semedo, A., Ganga, R. & Oliveira, C. (2020). Experiências da visita em museus: motivações e percepções. In Neves, J. S. & Camacho, C. F. (Orgs.). *Nos 50 Anos de L'Amour de L'Art: Dívidas, Críticas e Desafios*, pp. 59-78. Mundos Sociais.

- Silva, A. S. (Coord.). (1999). *A educação artística e a promoção das artes na perspectiva das políticas públicas. Relatório do Grupo de contacto entre os Ministérios da Educação e da Cultura*. Ministérios da Educação e da Cultura.
- Smiraglia, C. (2016). Targeted Museum Programs for Older Adults: A Research and Program Review. *Curator: the Museum Journal*, 59(1), pp. 39-54. <https://doi.org/10.1111/cura.12144>.
- Sousa, J. (2010). Museu, 3ª Idade e Animação: Relações de Enriquecimento. *Revista Práticas de Animação*, 4(3), pp. 1-14.
- Teixeira, G., Faria, M. L. & Vlachou, M. (2012). *Museus e Público Sénior em Portugal: Percepções, utilizações, recomendações*. GAM e Fundação Calouste Gulbenkian.
- Tizzo, A. L. S. & Carvalho, D. F. (2019). Experiências em museus possuem a capacidade de evocar lembranças em um público de terceira idade? *Revista Observatório*, 5(5), pp. 772-796. <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2019v5n5p772>.
- Todd, C., Camic, P. M., Lockyer, B., Thomson, L. J. M. & Chatterjee, H. J. (2017). Museum-based programs for socially isolated older adults: Understanding what works. *Health & Place*, 48, pp. 47-55. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2017.08.005>.
- Tojal, A. P. F. (2015). Política de acessibilidade comunicacional em museus: para quê e para quem? *Museologia & Interdisciplinaridade*, 4(7), pp. 190–202. <https://doi.org/10.26512/museologia.v4i7.16779>.
- Ucko, D. A. (2022). Museums and the Aging Brain. *Curator: The Museum Journal*, 65(1), pp. 9-20. <https://doi.org/10.1111/cura.12448>.
- Vlachou, M. & Alves, F. (2007). Acessibilidade nos Museus. In Barriga, S. & Silva, S. G. (Eds.). *Serviços Educativos na Cultura - Coleção Públicos nº2*, pp. 98-107. Sete Pés.
- Vlachou, M. (Coord.). (2020). *A participação cultural de pessoas com deficiência ou incapacidade: Como criar um plano de acessibilidade*. Câmara Municipal de Lisboa e Acesso Cultura.
- Zúñiga Robles, L. (2019). *Manual de accesibilidad para museos*. Museo de Arte de Lima.

ANEXOS

Anexo A – Estrutura etária da população portuguesa, 2011-2021



Fonte: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_p_etarias

Anexo B – Guião da entrevista aos museus municipais de Lisboa

1. Faça uma breve apresentação sua, falando um pouco da sua formação, carreira e função desempenhada, atualmente, neste museu.
2. Quanto aos visitantes deste museu, costumam fazer a recolha de dados estatísticos (número de visitantes, idade, sexo, qualificações)?
 - a. Em caso positivo, esses dados estão disponíveis?
 - b. Em caso negativo, considera que seria útil a recolha desses dados?
3. Em relação aos visitantes seniores:
 - a. Têm dados quanto ao sexo, idade e qualificações destes visitantes?
 - b. Como visitam o museu (predominantemente):
 - i. individualmente, em família, com amigos, em grupos organizados?
 - ii. com visita guiada, em atividades específicas (quais?), visita independente?
 - iii. em grupo organizado: Centros de dia; Lares de idosos (ERPI); Universidades Seniores; Associações; Grupos de amigos; Centros sociais e paroquiais; Juntas de Freguesia; Câmaras Municipais; outros?
4. De acordo com a visão deste museu quanto ao público sénior:
 - a. O museu faz referência ao público sénior nos seus objetivos ou programação?
 - b. Considere a acessibilidade física e cognitiva das infraestruturas do Museu. Estão adequadas à receção deste público-alvo?
 - c. Considera que o público sénior é relevante ou contribui de alguma forma para este museu? De que forma?
 - d. Quais os maiores desafios que o público sénior traz a esta instituição?
 - e. Que função/missão tem ou ambiciona ter este museu, no seio do público sénior?
 - f. Têm parcerias com instituições ligadas aos idosos? (Lares, Centros de Dia, Juntas de Freguesia, Universidades Sénior, Centros Sociais e Paroquiais, etc.)
Se sim, em que consistem?
5. Quanto ao Serviço Educativo deste museu e suas atividades:
 - a. Há quanto tempo existe? 1 a 5 anos; 6 a 10 anos; 11 a 15 anos; 16 a 20 anos; mais de 20 anos.
 - b. Os membros do SE têm formação ou experiência no desenvolvimento de atividades com o público sénior?

- c. Têm, ou já tiveram, alguma atividade específica dirigida a este público? Qual?
 - i. Se ainda não tiveram, porquê?
 - d. Têm, já tiveram ou pensam ter alguma ação para idosos fora do museu?
 - e. De que forma adaptam as visitas guiadas a este público, e que preocupações e estratégias utilizam (linguagem, duração, percurso, tecnologia, diálogo, nr. de pessoas, etc.)?
 - f. Considera que estas atividades de receção ao público sénior são participativas e dão espaço a partilhas?
 - g. Considera que estas atividades permitem a valorização do conhecimento e experiência de vida do visitante sénior e a aquisição de novas competências?
 - h. Têm registos de feedback/avaliação das atividades?
 - i. Como é feita a divulgação das atividades junto do público sénior?
 - j. Entende que algumas melhorias poderiam ser feitas? Se sim, quais?
6. Finalmente, gostaria de acrescentar algo relacionado com esta temática e com a sua experiência e a desta instituição?

Anexo C – Guião da entrevista ao presidente do conselho de administração da EGEAC

1. Como descreve a posição dos museus geridos pela EGEAC no equilíbrio entre a autonomia de gestão e a conformidade dentro da empresa?
2. Como são feitas as estatísticas de públicos na EGEAC?
3. Quais os museus que recebem mais público e quanto desse público é sénior?
4. Quanto aos eixos estratégicos da EGEAC, algum deles direciona-se mais para a questão dos públicos?
5. O que entende por público habitual e considera que o público sénior faz parte desse público habitual da EGEAC?
6. O público sénior é incluído nos objetivos ou de certa forma «dado por garantido»?
7. Como descreve os resultados da medida «Passe Cultura»?
8. Que estratégias são usadas pelos museus para chegar às pessoas seniores?
9. Acha que faz sentido a programação dirigida a público sénior?
10. Como é que a EGEAC vê o trabalho de proximidade e continuidade com a comunidade sénior?
11. Pode indicar alguma ação ou medida que a EGEAC tenha tomado no passado ou pensada para o futuro, centrada na população +65 anos?
12. Pelo facto de serem equipamentos municipais, existe algum tipo de obrigação ou missão para com as populações do município?
13. Que benefícios pode ter a relação entre os seniores e os museus?

Anexo D – Guião da entrevista às instituições que trabalham com pessoas seniores

1. Faça uma breve apresentação sua, falando um pouco da sua formação, carreira e função desempenhada, atualmente, nesta instituição.
2. Como caracteriza os utentes/participantes seniores desta instituição? Tem dados estatísticos (número, idade, sexo, formação, mobilidade)?
3. Tendo em conta as questões sobre o envelhecimento ativo, considera que os museus desempenham um papel importante? De que forma?
4. A sua instituição tem parcerias com algum museu? De que forma essas parcerias são utilizadas e que benefícios trazem?

Considere os museus nacionais e as visitas realizadas nos últimos 5 anos:

5. Realizam visitas a museus com frequência?
 - a. Muitas vezes; algumas vezes; raramente; nunca. Quantas vezes por ano (média)?
 - b. Porque não visitam museus mais frequentemente? Quais as principais razões?
6. Realizam atividades relacionadas com museus, dentro da instituição?
 - a. Muitas vezes; algumas vezes; raramente; nunca. Quantas vezes por ano (média)?
7. Como caracteriza a relação entre os utentes e os museus? Esta relação é estabelecida com base nos interesses dos utentes, ou parte da instituição?
8. Considera que os museus que têm visitado, são acessíveis fisicamente a este público? Destaque alguns pontos que considere positivos e alguns a melhorar.
9. Considera que os museus que têm visitado, são acessíveis intelectualmente a este público? Destaque alguns pontos que considere positivos e alguns a melhorar.
10. Considera que as atividades e programação propostas pelos museus estão adaptadas ao público sénior? O que deveriam ter em conta nas suas atividades para público sénior?
11. Como qualifica a vossa experiência de visita aos museus? (receção, satisfação dos utentes, nível de participação dos utentes, bem-estar dos utentes)
 - a. Muito boa; Boa; Razoável; Má.
12. Partilhe algumas boas experiências de visitas e/ou atividades em museus portugueses, bem-adaptadas ao público sénior.
13. Considere agora os Museus Municipais de Lisboa geridos pela EGEAC (Atelier-Museu Júlio Pomar; Casa Fernando Pessoa; Museu do Aljube; Museu Bordalo Pinheiro; Museu

da Marioneta; Museu do Fado; Museu de Lisboa – Palácio Pimenta; Teatro Romano; Santo António; Casa dos Bicos; Torreão Poente).

- a. Já realizaram alguma visita/atividade a algum destes museus? Quais e quando?
 - b. Como qualifica a experiência quanto à acessibilidade física? Pode dar exemplos se pertinentes.
 - i. Muito boa; Boa; Razoável; Má.
 - c. Como qualifica a experiência quanto à acessibilidade intelectual? Pode dar exemplos se pertinentes.
 - i. Muito boa; Boa; Razoável; Má.
 - d. Os museus apresentaram atividades de acolhimento adequadas ao público sénior?
 - e. Se realizaram visitas guiadas, consideram que estas foram pensadas para o público sénior?
14. Acredita que, em Portugal, existe oferta suficiente de ações educativas em museus dirigida ao público sénior? Encontra opções com facilidade ou tem dificuldade?
15. Que impacto têm estas visitas a museus nos utentes/participantes desta instituição?
16. Finalmente, gostaria de acrescentar algo relacionado com esta temática e com a sua experiência e a desta instituição?

Anexo E – Questionário

Grupo: _____ Data da visita ____/____/____

Este questionário está a ser aplicado no âmbito do Mestrado em Estudos e Gestão da Cultura - ISCTE, por Jéssica Fernandes. O objetivo é compreender a perceção do público sénior quanto ao acolhimento feito pelos museus municipais de Lisboa. É garantido o anonimato.

Idade: _____

Género: Feminino ☐ Masculino ☐ Outro ☐

Formação: Sem escolaridade ☐ 1ºciclo (antiga 4ªclasse) ☐ 2ºciclo (antigo preparatório) ☐
3ºciclo (antigo 9ºano) ☐ Ensino secundário (antigo 7ºano do Liceu) ☐ Curso Profissional ☐
Licenciatura ou outro nível superior ☐

Reside no concelho de Lisboa: Sim ☐ Não ☐

Reformado/a ou Aposentado/a: Sim ☐ Não ☐

1. Costuma visitar museus? Frequentemente ☐ Às vezes ☐ Raramente ☐ Não ☐

a) **Como os visita?** Em grupos organizados ☐ Com família/amigos ☐ Sozinho/a ☐

2. Assinale a opção mais correta para si:

1. Gostaria de visitar mais museus do que aqueles que visito ☐

2. Estou satisfeito com a quantidade de museus que visito ☐

3. Visito demasiados museus ☐

3. Já visitou algum outro museu municipal de Lisboa? Sublinhe os que visitou: Atelier-Museu Júlio Pomar; Casa Fernando Pessoa; Museu do Aljube; Museu Bordalo Pinheiro; Museu da Marioneta; Museu do Fado; Museu de Lisboa – Palácio Pimenta; Teatro Romano; Santo António; Casa dos Bicos; Torreão Poente Nenhum ☐

4. É a primeira vez que visita este museu? Sim ☐ Não ☐

<Pode seleccionar mais do que uma opção>

5. Quais os motivos que o/a levaram a visitar este museu? Sugestão da instituição com quem veio ☐ Preço/grátis ☐ Interesse ☐ Acompanhar amigos/ familiares ☐ Passar um bom momento social ☐ Aprendizagem e Conhecimento ☐

Outro: _____

6. Ficou satisfeito/a com a visita? Muito satisfeito(a) ☐ Satisfeito(a) ☐ Insatisfeito(a) ☐

7. Do que gostou mais? O guia ☐ A exposição ☐ A história contada ☐ As aprendizagens ☐
Os espaços gerais como loja, átrio ou jardim ☐ O conforto ☐ A receção e o acolhimento ☐
O convívio e a companhia ☐ As memórias que trouxe ☐

Outro: _____

8. Quanto à duração da visita: foi longa ☐ durou o tempo ideal ☐ foi curta ☐

9. Aprendeu coisas ou habilidades novas? Sim ☐ Não ☐

10. Divertiu-se? Sim ☐ Não ☐

11. Na sua opinião, algo faltou na visita? Bancos e momentos de descanso ☐ Conforto ☐
Iluminação ☐ Atendimento e simpatia ☐ Momentos de partilha e interação ☐ Informação ☐

Outro: _____

12. Sentiu alguma dificuldade durante a visita? Não consegui ouvir bem o guia ou os áudios ☐ Não consegui ver bem algumas partes da exposição ☐ Não consegui ler bem as legendas ☐ Não consegui descansar ou sentar-me ☐ Não consegui entender bem o discurso ☐
Não consegui expressar as minhas ideias e participar ☐

Outra: _____

13. Sugestões para que os museus melhorem a receção ao público sénior:

Obrigada pela sua disponibilidade!