

# Idosos visitantes de museus: um estudo de público em instituições brasileiras

Older museum visitors: a study of the public in Brazilian institutions

<https://doi.org/10.11606/1982-02672023v31e36>

**OLGA SUSANA COSTA COITO E ARAUJO<sup>1</sup>**

<https://orcid.org/0000-0002-5721-5550>

Universidade Estadual de Campinas / Campinas, SP, Brasil

**MEIRE CACHIONI<sup>2</sup>**

<https://orcid.org/0000-0001-5220-410X>

Universidade de São Paulo / São Paulo, SP, Brasil

**RESUMO:** O envelhecimento populacional aumentou a procura por atividades para pessoas idosas, e os museus estão bem posicionados para responder a essa demanda. Conhecer os idosos quanto às vivências em museus, interesses e motivações permitirá construir proposições museográficas de relacionamento mais assertivas para o potencial público de pessoas idosas, ou seja, os visitantes e não visitantes. O objetivo deste artigo foi conhecer as pessoas idosas visitantes de museus, quanto a características sociodemográficas, motivacionais, experiências pregressas e atuais nos museus, além de percepções de participação e emoções na experiência museográfica. O questionário foi aplicado em 24 museus brasileiros a 1.387 visitantes. A análise estatística descritiva apurou que a maioria da amostra é composta por mulheres com escolaridade superior ao ensino médio e bastante diversa quanto ao arranjo de moradia e renda. Os entrevistados vão com as famílias ou em grupos de convivência. Os principais interesses e experiências procuradas dentro dos museus são os objetos, além de aprender coisas novas, passear e conviver com outras pessoas. A alegria, satisfação e as curiosidades são as emoções mais sentidas. Mais da metade dos idosos acreditam poder contribuir com os museus, compartilhando memórias e ensinando coisas que sabem fazer. Cerca de 90% da amostra declarou não ser pessoa com deficiência e dizem não sentir falta de nenhum recurso de acessibilidade. Os museus têm o potencial para trabalhar todos os níveis de autonomia das pessoas idosas, desde que se enquadrem como ambientes amigáveis para todas as idades. Os dados são coerentes com a literatura apresentada na revisão de escopo produzida.

1. Doutora em Gerontologia pela Faculdade de Ciências Médicas da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), área de pesquisa: Envelhecimento Bem-Sucedido, Personalidade e Sociologia / Gerontologia Educacional e Pesquisa de Público e Recepção. Mestre em Museologia pelo Programa Interunidades de Pós-Graduação em Museologia da Universidade de São Paulo (USP). Licenciada em Antropologia pela Universidade Nova de Lisboa e pós-graduada em Envelhecimento e Autonomia Funcional pela Universidade Técnica de Lisboa. E-mail: susanacostaraujo@gmail.com.

2. Professora na Escola de Artes e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (EACH-USP). Pós-Doutora em Educação na Universidade de Campinas - UNICAMP e Pós-Doutorado pelo Instituto Abel Salazar de Ciências Biomédicas Universidade do Porto, Portugal. PhD em Gerontologia e Mestre em Educação pela Unicamp. E-mail: meirec@usp.br

PALAVRAS-CHAVE: Envelhecimento. Gerontologia. Museologia. Idosos. Brasil.

ABSTRACT: Population aging has increased the demand for activities for older people, and museums are well positioned to respond to this demand. Getting to know about older people's experiences in museums, interests and motivations will allow building more assertive museographic relationship propositions for the potential public of older people, that is, visitors and non-visitors. The objective of this article was to get to know older people who visit museums, regarding their sociodemographic and motivational characteristics, previous and current experiences in museums, as well as participation perceptions and emotions in the museum experience. The questionnaire was applied in 24 Brazilian museums to 1,387 visitors. Descriptive statistical analysis found that most of the sample is composed of women with higher education than high school and quite diverse in terms of housing arrangement and income. The interviewees go with their families or in social groups. The main interests and experiences sought within the museums are the objects, in addition to learning new things, walking around and socializing with other people. Joy, satisfaction, and curiosities are the most felt emotions. More than half of the older people believe they can contribute to museums, sharing memories and teaching things they know how to do. Around 90% of the sample stated that they were not people with disabilities, and stated that they did not miss any accessibility resource. The museums have the potential to work with all levels of autonomy of older people, as long as they become age friendly environments for all ages. The data are consistent with the literature presented in a produced scoping review.

KEYWORDS: Aging. Gerontology. Museology. Older adults. Brazil.

## INTRODUÇÃO

A visita aos museus e a participação em atividades socioeducativas representam oportunidades para o envelhecimento ativo, refletindo-se na construção de ambientes mais amigáveis para as pessoas idosas, possibilitando o relacionamento de parcerias entre os públicos idosos e as instituições museológicas.<sup>3</sup>

Ambientes amigáveis para todas as idades são desafios das cidades e dos espaços que podem transformar o modo de viver, trabalhar e envelhecer. Segundo o relatório mundial sobre envelhecimento,<sup>4</sup> as cidades e comunidades devem possibilitar a construção e manutenção de capacidades intrínsecas das pessoas mais velhas para que elas possam atender às suas necessidades básicas: aprender, crescer e tomar decisões; manter a mobilidade; construir e manter relacionamentos e, assim, contribuir socialmente. As políticas, os sistemas, os serviços e as tecnologias devem equacionar a manutenção de capacidades ao longo do ciclo da vida, tanto no âmbito físico quanto no mental, mesmo que os indivíduos experienciem perdas, para que eles continuem fazendo aquilo que valorizam.<sup>5</sup>

Nesta década, a rede global de membros da Organização Mundial da Saúde (OMS), vinculada à ação para o envelhecimento saudável, traçou cinco objetivos estratégicos a serem implantados: comprometer-se com o desenvolvimento de ações; desenvolver ambientes amigos do idoso e das comunidades; alinhar os sistemas de saúde às necessidades de populações mais velhas; reforçar os cuidados de longa duração; e melhorar o monitoramento e a pesquisa.<sup>6</sup>

O espaço museológico pode recorrer aos objetivos estratégicos propostos pela OMS para atuar e pesquisar a sua ação como forma adaptativa para se atingir boa qualidade de vida, apostando que os museus tenham impacto no bem-estar individual e social dos indivíduos,<sup>7</sup> proporcionando mudanças nas vidas deles. O diálogo dos museus com as pessoas idosas deve contemplar relações que equacionem necessidades, vivências, interesses e motivações proporcionadas por um espaço amigável e promotor de oportunidades para o incremento cultural e educativo.

Os hábitos de consumo cultural em cidades paulistas pontuaram o desinteresse, a baixa renda e a distância como motivos para os idosos não visitarem museus, levantando a questão se a programação cultural estará afinada com este público.<sup>8</sup>

A museografia, ou ação prática dos museus, por meio de mediações socioculturais, pode trabalhar diversas possibilidades com os idosos dentro da curadoria, seja na salvaguarda de memórias e objetos, na pesquisa ou na comunicação, criando-se possibilidades para a orientação e gestão de museus.

3. Cf. Araujo (2016).

4. Cf. OMS (2018).

5. Cf. *Ibidem*.

6. Cf. *Ibidem*.

7. Cf. Bollo (2013) e Jacobsen *et al.* (2019).

8. Cf. Leiva (2014).

9. Cf. Cury (2011) e Desvallees e Mairesse (2013).

10. Cf. Cury (2011).

11. Cf. Araujo, Hinsliff-Smith e Cachioni (2020).

12. Cf. UNESCO (2015).

13. Cf. Behind... (2015).

14. Cf. UNESCO (2017).

15. Cf. *Id.*, 2017.

16. Cf. Bollo, *op. cit.* e Jacobsen *et al.*, *op. cit.*

17. Cf. Todd *et al.* (2017).

18. Cf. Araujo, Hinsliff-Smith, Cachioni (2022).

Pesquisas de público ou avaliações praticadas em museus podem focar ações, atividades, produtos e serviços, métodos, instrumentos de pesquisa e estratégias como fazendo parte da museografia — toda a práxis da museologia, desde o que se relaciona com gestão/administração do museu à salvaguarda (conservação preventiva, restauração e documentação) e à comunicação (exposição e educação).<sup>9</sup>

Os estudos de recepção fazem parte da avaliação museológica que permitem conhecer os públicos pelos interesses e resultados das experiências museográficas geradoras de sentidos.<sup>10</sup> O estudo descritivo, ora apresentado, enquadra-se nessa tipologia de pesquisa, possibilitando que o público idoso seja ouvido sobre o que pensam e sentem, gerando dados que podem auxiliar as equipes dos museus e as educativas na construção de proposições mais eficientes voltadas para esse segmento. A avaliação é uma abordagem pouco desenvolvida nos museus com foco nesse recorte de público,<sup>11</sup> no entanto, é essencial para a construção prática de políticas socioculturais.

Destaca-se para esse fim o posicionamento da museologia de base social embasada em diretrizes que remontam os anos 1970, mas que continuam a ser defendidas por diretrizes internacionais,<sup>12</sup> que, em síntese, é defendida pela Museum Association, do Reino Unido, cuja visão do impacto dos museus mantém uma campanha anual há décadas, que faz a premiação de museus que “mudam vidas, enriquecem a vida dos indivíduos, contribuem para a resiliência das comunidades, no bem-estar dos indivíduos, contribuem para melhorar os lugares onde as pessoas vivem, inspirando pessoas e ideias”.<sup>13</sup> A *Declaração de Córdoba*, que saiu do encontro na Argentina entre 9 e 14 de outubro de 2017, defende que “a museologia que não serve para a vida, não serve para nada”<sup>14</sup> e lança o compromisso de que criar, a partir dos museus, programas e ações concretas visando a participação ativa das comunidades na tomada de decisões sobre as ações museológicas em que estão envolvidas. O compromisso de transformação social considera os museus ferramentas que dispõem à comunidade o “desenvolvimento de espaços que fomentem relações sociais de complementariedade, autenticidade e solidariedade”.<sup>15</sup>

As estratégias para a participação do público focando o bem-estar podem ter impactos sociais e individuais.<sup>16</sup> A museologia de base social remete para essa transformação que impacta positivamente na qualidade de vida dos indivíduos em sua diversidade e na inclusão social dos indivíduos como tema recorrente, que pode ser ilustrada no público idoso pela redução do isolamento,<sup>17</sup> pela promoção de espaços de convívio, como estudos atestam, seja pelo contato entre pares ou relações intergeracionais de diversos tipos que os museus possibilitam, permitindo a reelaboração de papéis sociais e a partilha de saberes e experiências.<sup>18</sup>

No âmbito individual, ocorrem impactos na saúde por meio da estimulação cognitiva, motora e comunicacional, promovendo o bem-estar psicológico e físico a partir de estratégias que relatam o aumento da autoconfiança.<sup>19</sup> Os impactos na saúde do idoso precisam ainda continuar a ser pesquisados. O envelhecimento criativo ocorre com adesão a aprendizagens contínuas que podem ocorrer em diferentes estilos e níveis, promovendo novas habilidades com o estímulo à imaginação e à inspiração.<sup>20</sup>

Verifica-se o impacto socioeconômico na economia local, no turismo, no relacionamento de instituições, tanto públicas, como privadas, museus e outras instituições de apoio e suporte ao idoso (Figura 1).

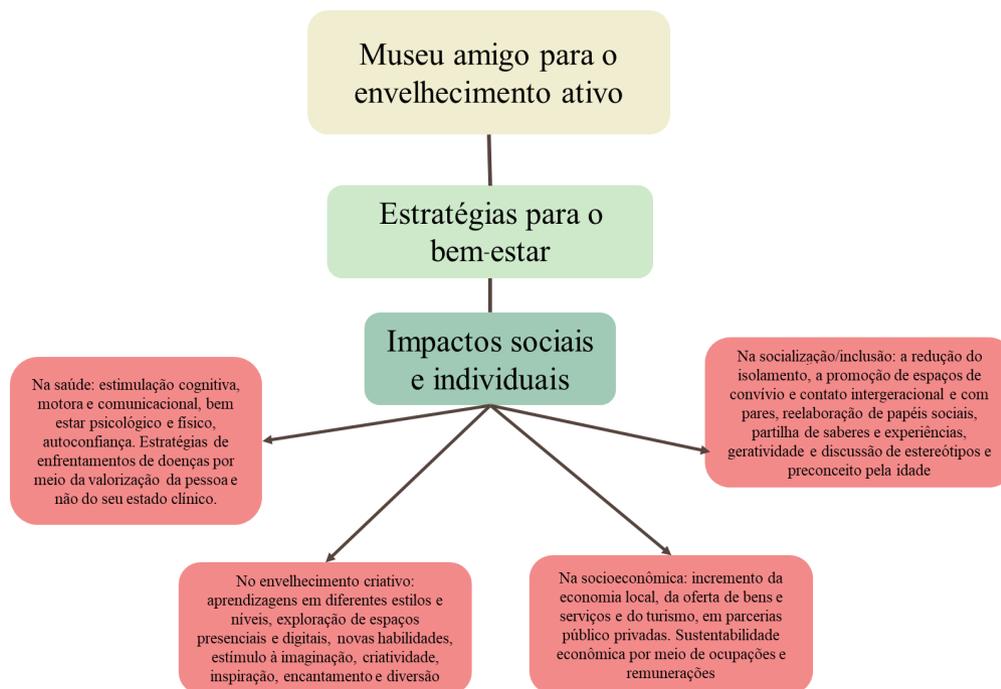


Figura 1 – Fluxograma de impactos dos museus como ambientes amigáveis. Fonte: Elaboração nossa a partir de Araujo (2019, 2022).

Diversos países, onde o envelhecimento demográfico já ocorre há mais tempo, têm sido precursores em abordagens avaliativas e museográficas. Entende-se que o relacionamento dos museus com públicos diversos passa por intervenções desse tipo e começa a ser equacionado por propositores museais, agentes políticos e públicos idosos.<sup>21</sup> Contemplar atividades de aprendizagens pode influenciar o bem-estar e a qualidade de vida,<sup>22</sup> mesmo sendo estimuladas em espaços de educação não formal,<sup>23</sup> como os museus.

19. Cf. Desmarais, Bedford e Chatterjee (2018), Lackoi, Patsou e Chatterjee (2016) e Thomson *et al.* (2018).

20. Cf. Hovi-Assad (2016), Scharzer (2021) e Smiraglia (2016).

21. Grut (2013), Kinsley (2016), Lackoi, Patsou e Chatterjee, *op. cit.*, Robertson (2015) e Thompson, Camie e Chatterjee (2015).

22. Cf. Cachioni *et al.* (2014).

23. Cf. Castro (2015) e Gohn (2014).

Diante desse contexto, o presente estudo descritivo pretendeu conhecer quem são os idosos que visitam e frequentam os museus paulistas. Isso foi feito por meio de uma amostra de 1.387 pessoas, avaliando em 24 museus os interesses, motivações e percepções quanto ao espaço e acervo museológico.

A pesquisa se contextualiza por meio de uma amostra por conveniência com a aplicação de dois questionários, um de caracterização dos museus participantes e outro aplicado aos idosos nos museus durante a visita e nas atividades educativas. Os participantes de sessenta ou mais anos, de ambos os sexos, foram abordados pelos pesquisadores, identificados com crachá e colete, e que auxiliaram no preenchimento quando solicitado.

Depois, os questionários de 35 perguntas foram tabelados. Por meio das tabelas, trabalhou-se os dados, os comparando com os resultados da literatura apresentada na revisão escopo internacional produzida como ponto de partida e utilizando uma sistematização da gerontologia. A escrita sintética a partir da estatística descritiva cumpriu as exigências do doutorado nessa área. As discussões metodológicas serão apresentadas para publicação posterior.

As bases teóricas da gerontologia ambiental, dentro da área de conhecimento que estuda do envelhecimento humano — a gerontologia — e dos estudos de recepção museológica forneceram construtos e variáveis de interesse que permitem conhecer os dados dos indivíduos, mas também direcionarão o ambiente museológico para demandas mais amigáveis para todas as idades, contribuindo com todos os grupos diversos e com as abordagens intergeracionais, além de beneficiar o grupo etário caracterizado como idoso.

## MÉTODO

### Objetivo

Conhecer o público visitante de museus composto por pessoas idosas, quanto a características sociodemográficas, motivacionais, experiências progressas e atuais nos museus e percepções na participação e emoções na experiência museográfica.

## Materiais e métodos

24. Cf. Bourdieu (2015) e Real, Bourdieu e Darbel (2016).

Trata-se de um estudo descritivo realizado com 1.387 pessoas idosas visitantes em 24 museus brasileiros. As variáveis selecionadas para conhecer o público visitante, constituído por pessoas com sessenta anos ou mais de idade, abrangem o histórico pessoal dos indivíduos com museus e o enquadramento da visita, a percepção e o legado, variáveis que expressam contribuição ou participação com os museus, bem como atividades realizadas e possibilidades de participação futura que pontuam impactos cognitivos e emocionais. O atendimento e a acessibilidade remetem à análise de autopercepção das instalações, dos serviços, da expectativa de atendimento, e identificação de necessidades especiais ou recursos. Os dados socioeconômicos são compostos pelas variáveis de idade, estado civil, escolaridade, profissão, renda e arranjo de moradia.

### Histórico pessoal e relação com os museus

O histórico das pessoas idosas com museus é uma variável importante no perfil do visitante, tendo em consideração os relacionamentos ao longo da vida com esse ambiente. Percebe-se que, para caracterizar o grupo visitante, temos que entender o contato estabelecido com esses equipamentos socioculturais. Em que momento da história de vida os museus passaram a fazer parte da experiência dos indivíduos, a frequência com que se relacionam retomando o conceito de *capital cultural*, de Bourdieu, mas também com as oportunidades de acesso à educação e cultura, mais do que estruturas inatas dos indivíduos<sup>24</sup> contribuindo para a interação dinâmica do desenvolvimento físico, emocional e psicossocial ao longo da vida.

A frequência com que se relacionam contribuiu para a interação dinâmica do desenvolvimento físico, emocional e psicossocial cultural nesse contexto e em uma perspectiva ao longo da vida. Esta pesquisa apura a frequência de relacionamentos e as memórias do primeiro relacionamento das pessoas idosas e os museus.

25. Cf. Araujo (2016).

26. Cf. Leiva, *op. cit.*

27. Cf. *Ibidem.*

28. Cf. *Ibidem.*

29. Cf. Todorov e Moreira (2005).

30. Cf. Falk e Dierking (1997).

## Enquadramento da visita

O que se designa de enquadramento da visita é o que faz parte do relacionamento antes da chegada ao museu, como e com quem visita o museu e o vivências dentro do museu.

Na experiência museal, a relação com o museu começa antes da entrada nele e se prolonga além da saída.<sup>25</sup> Se, por um lado, nos remete para estruturas de recepção que dependem de percepções dos indivíduos, existem opções mais palpáveis que se expressam por estruturas de deslocação, tempo de permanência, informação e acompanhamento.

Estudos de consumo cultural no Brasil abordam as grandes cidades, lugares onde existem o maior número de museus. Mesmo quando se revê alguns estereótipos associados à idade avançada, os dados apontam para a diminuição do consumo cultural com o avanço da idade. A distância de museus das residências,<sup>26</sup> os ambientes amigáveis, o nível de transporte e a informação são referidos nesses estudos como importantes para a fruição cultural, e os museus estão no meio da escala de impulsionadores para visitar outras cidades.<sup>27</sup> Nas várias capitais, os museus também estão no meio da escala como a opção escolhida para fruição cultural.<sup>28</sup>

## Motivações e percepções

A motivação de fazer a visita pode estar ligada ao contexto e às suas alterações, inclusive determinadas condições que o próprio contexto estimula. Porém, o relacionamento organismo-contexto é discutido por áreas do saber que valorizam a estimulação intrínseca ou extrínseca para determinados comportamentos, da psicologia a teorias de aprendizagem. É importante se referir ao conceito de motivação<sup>29</sup> para entender porque o grupo de visitantes idosos, ou mesmo outros indivíduos, escolhem estabelecer relacionamento com os museus e outros não.<sup>30</sup>

Os processos psicológicos que se destacam na visita possibilitam impactos cognitivos e estimulações que originam comportamentos positivos no processo de envelhecimento. Precisa-se conhecer que estímulos sensoriais e emocionais podem ativar ou inibir sistemas motivacionais que possibilitam a promoção de determinados comportamentos humanos, como a participação, o engajamento em atividades e socialização. Sabe-se que emoções e sentimentos são usados no cotidiano como sinônimos e não se pretende aqui descortinar diferenças conceituais. Porém, interessa definir a emoção como reação afetiva ou expressiva mais breve e intensa

percepcionada pelo indivíduo<sup>31</sup> perante um evento externo, como a visitação ou ação promovida pelo museu, seus conteúdos ou suas mensagens.

Os museus satisfazem as necessidades básicas de aprendizagem de forma não formal por meio de livre escolha<sup>32</sup> ao longo da vida. Falk e Dierking (2019), pesquisadores que se dedicam a estudar o público em museus de ciência, referem que, em vez dos museus se focarem em transmitir o que os visitantes não sabem, devem perceber que os visitantes são atraídos para o que, de alguma forma, já conhecem e consideram interessante, embora sempre digam que se deslocam a museus para ver ou aprender coisas novas, mas pela natureza de aprendizagem de livre escolha que lhe é proporcionada, pois, na maioria, utilizam essa configuração para construir, reforçar e fortalecer entendimentos pré-existentes. Seguindo a análise desses pesquisadores, enumeram-se necessidades básicas relacionadas à aprendizagem para: a) sustentar a própria curiosidade e o próprio interesse; b) apoiar as necessidades de aprendizagem de outros (como crianças ou parceiros); c) construir a identidade, seja pessoal ou profissional; d) rejuvenescer ou renovar-se; e) e satisfazer o senso de exploração desejo de ver e fazer coisas novas.<sup>33</sup> Questionando-se o motivo da ida ao museu, o tipo de experiência, as emoções e o que despertou mais atenção, apuram-se as motivações e os estímulos emocionais vivenciados.

## Legado

O legado é uma variável gerontológica de análise, e deriva da teoria de geratividade desenvolvida por Erickson. O autor estudou, nos anos 1950, os aspectos psicológicos do desenvolvimento. A teoria do desenvolvimento da personalidade ao longo da vida é composta por oito fases, do nascimento até a velhice.<sup>34</sup> Ao longo de seu desenvolvimento, o indivíduo passa por situações as quais o pesquisador de crises, que fortalecem o Ego. As experiências adquiridas em todas as fases são imbricadas umas às outras e codependentes de fatores socioculturais.<sup>35</sup>

A teoria de Erickson originou o conceito de *geratividade*, definida como a etapa da vida correlata à maturidade, período em que ganham importância a necessidade de transmitir um legado e um interesse em ajudar as gerações seguintes, um senso de responsabilidade para com a sociedade e o engajamento em questões sociais.<sup>36</sup> O desejo de auxiliar as gerações mais jovens por meio da transmissão de cultura e conhecimento permeia as relações intergeracionais e reafirmam o senso de pertencimento na comunidade. Erickson observou que, na ausência de um senso de pertença, ou de transmissão de legado, o indivíduo apresenta níveis mais baixos de geratividade, o que classificou como *estagnado*.

31. Cf. Cezar e Jucá-Vasconcelos (2016).

32. Cf. Doll (2007) e MacManus (2013).

33. Falk e Dierking (2013, 2019).

34. Cf. Erikson (1950).

35. Cf. Vieira *et al.* (2013).

36. Cf. Tur (2018).

37. Cf. MacAdams e St. Aubin (1992) e MacAdams, St. Aubin e Logan(1993).

38. Cf. Luo e Ye (2020).

39. Cf. Oliveira (2019), Sarraf (2014) e Vlachou, Teixeira e Faria (2012).

40. Cf. Brasil (2003, 2015).

41. Cf. Cohen, Duarte e Brasileiro (2010) e Sarraf (2018).

McAdams e St. Aubin desenvolveram uma escala denominada Loyola Generativity Scale (LGS), a qual envolve conceitos mais amplos da geratividade, como o desejo de contribuição e legado. Essa contribuição ultrapassa o conceito de parentalidade como preocupação com futuro e parece se adequar à pesquisa cultural, os autores defendem que a escala de avaliação pode ser aplicada em qualquer uma das etapas do curso de vida como traço, componente ou característica da personalidade em determinados momentos do ciclo de vida.<sup>37</sup>

Segundo um estudo realizado em Macau, há um efeito positivo entre indivíduos que demonstram alto nível de geratividade e a intenção de visitação a museus e a expectativa na experiência e motivação, considerando que o próprio museu pode ser um produto gerativo quando se preocupa em transmitir conhecimento ou contribuições para as gerações futuras.<sup>38</sup> Dessa forma, essa variável é trabalhada na pesquisa por meio de questões que remetem para a possibilidade de contribuição do público composto por pessoas idosas aos museus.

## Atendimento e percepção de acessibilidade

A percepção de acesso e acessibilidade aos equipamentos museológicos e aos recursos comunicacionais, educacionais e estruturais nos museus podem condicionar o relacionamento dos visitantes com os ambientes,<sup>39</sup> por isso essas variáveis devem ser questionadas, mesmo que não seja esse objetivo do estudo, isto é, a avaliação do museu, mas de avaliação da percepção do idoso desenvolvida ao longo da visitação.

Pontuam-se aqui alguns itens a serem avaliados pelos idosos, como a percepção do espaço do museu, os serviç os, o acolhimento e a recepção, o apuramento de necessidades especiais e os elementos faltantes detectados, não como avaliação aos museus, mas como elementos que devem ser equacionados na relação que se estabelece.

Selecionadas as variáveis, cuja pertinência é apontada pela revisão de literatura, a qual incluiu o Estatuto do Idoso e a Lei de Inclusão da Pessoa com Deficiência,<sup>40</sup> questionaram-se as percepções de ordem física e ambiental e de apuramento de recursos faltantes, além das necessidades percebidas para a recepção do público, atendimento e comunicação e orientação. O conceito de acessibilidade aparece nesta pesquisa em sua forma mais abrangente, como as curadorias acessíveis que trazem benefícios para todos os públicos, incluindo as pessoas idosas,<sup>41</sup> cujas percepções necessitam de ser ouvidas.

## Variáveis sociodemográficas

A caracterização sociodemográfica do público visitante é fundamental para caracterizar a amostra, comparar, refutar ou igualar dados empíricos de outras pesquisas de público em museus ou atividades culturais, uma vez selecionadas as variáveis sociodemográficas e cuja pertinência era apontada pela revisão de literatura inicial.<sup>42</sup> Através dessa caracterização sociodemográfica, construiu-se a primeira versão do questionário de pesquisa, com foco em perguntas fechadas.

O instrumento utilizado foi o *Questionário aos visitantes* (Quadro 1), preenchidos por escrito pelo aplicador ou pelo próprio visitante idoso e desenvolvido com base nos estudos coletados e mapeados na revisão escopo.

42. Cf. Real, Bourdieu e Darbel, *op. cit.*, Smiraglia (2016); Thompson, Camic e Charterjee (2015), *op. cit.* e Real, Bourdieu e Darbel (2016), *op. cit.*; Yasunaga *et al.* (2016).

Quadro 1 – Questionário aos visitantes com as variáveis de interesse

Questionário aos visitantes   perfil do idoso Informante: idosos frequentadores do Museu
<i>Relação com o Museu</i>
1-3. Histórico com museus: três perguntas fechadas (memória da primeira visita, fase da vida em que ocorreu e a lembrança); e frequência de visita a museus (pergunta fechada com oito opções).
4-7. Enquadramento da visita: cinco perguntas fechadas (companhia na visita, meio de deslocamento, tempo de permanência no museu e informação sobre existência do museu).
8. Motivação para visita: pergunta fechada com treze opções de resposta, sendo solicitados três motivos por ordem de importância (1º, 2º e 3º).
<i>Percepções e legado</i>
9-11. Percepções sobre o que mais chama a atenção na visita:(pergunta fechada com sete opções); uma pergunta fechada questiona por ordem de importância o tipo de experiência procura (seis opções); uma pergunta fechada questiona que emoções (doze opções) que a visita desperta.
12-13. Legado (contribuição ou participação com museus). Duas perguntas fechadas: se acha que pode contribuir com museu (sim/não) e de que forma (sete opções)
<i>Participação em atividades</i>
14-16. Realização de atividades exclusivas para idoso (sim/não) e em que tipo de atividades participou (pergunta fechada com dez opções); e quais os interesses para participação futura (nas mesmas dez opções).
<i>Atendimento e acessibilidade</i>
17. Percepções sobre instalações: pergunta fechada para avaliação de 1 a 5 (1 – insatisfatório; 5 – plenamente satisfatório) de como as instalações influenciam a visita quanto à ambiência (iluminação, temperatura, sinalética e orientação, informações e texto da exposição; circulação interna/externa e mobilidade no ambiente); sobre acesso ao museu, escadas e elevadores; conforto (banheiros e lugares de alimentação).

43. Plataforma Brasil, sob o número de registro CAAE: 79545517.0.0000.5404, e aprovado no Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), sob o número de parecer consubstanciado do CEP: 2459672.

18. Percepções de atendimento: pergunta fechada para avaliação de 1 a 5 (1 – insatisfatório; 5 – plenamente satisfatório) de como se relacionou com pessoal do museu (no atendimento da bilheteria/recepção; com guardas/seguranças; guias e orientadores; serviços de limpeza e manutenção).
19. Expectativas de atendimento/recepção quando vai ao museu (pergunta fechada com quatro opções por ordem de importância): informações sobre coleção e objetos, informações sobre funcionamento ou informações sobre instalações e serviços/atendimento gentil.
20-23. Identificação de necessidades especiais: cinco perguntas fechadas para (sim/não) e quais as limitações; e confiança para visitar museu não acompanhado (sim/não) e necessidade de acompanhante (sim/não); e que recursos sentem falta na visita (treze opções).
<b>Dados de identificação</b>
24-36. Identificação pessoal (quatro perguntas abertas para nome, telefone, e-mail, data nascimento, idade); caracterização socioeconômica (oito perguntas fechadas para caracterizar sexo; estado civil, escolaridade, profissão que exerceu ou exerce, ocupação, renda, arranjo de moradia).

Fonte: Elaboração nossa.

○ *Questionário aos visitantes* foi construído com o objetivo de permitir o autopreenchimento pelos idosos. Os instrumentos foram enviados aos museus em dezembro de 2017, no entanto, já se acautelava com os aplicadores que alguns visitantes necessitariam de auxílio para poder trabalhar todo o potencial de diversidade de visitantes com idade igual ou superior a sessenta anos que foram convidados a participar.

○ preenchimento dos questionários de respostas fechadas foi oferecido pelos aplicadores, constituídos por educadores, trabalhadores de museus ou bolsistas/voluntários, às pessoas idosas. Esses pesquisadores treinados participaram de sessões de esclarecimento on-line e capacitação por meio de manual de procedimentos e arquivo de vídeo fornecido pela equipe de pesquisa. Os pesquisadores treinados explicaram a pesquisa aos participantes pessoalmente (individualmente ou em grupo). A participação ocorreu de forma voluntária, no entanto, a qualquer momento da pesquisa, se o idoso optou pela recusa ou interrupção da participação, a interrupção ocorreu e o questionário não foi contabilizado, conforme contemplado no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)<sup>43</sup>.

Como critérios de inclusão, os participantes deveriam ter sessenta anos ou mais, ser visitantes espontâneos ou de grupos organizados.

Os dados tabulados foram tratados estatisticamente para análise descritiva das características sociodemográficas e das variáveis de interesse estudadas. Realizaram-se análises estatísticas descritivas de frequência absoluta (n) e percentual (%), e estatísticas descritivas das variáveis numéricas (idade), com valores de média, desvio padrão, valores mínimo e máximo.

## RESULTADOS

A amostra total do estudo foi composta por 1.387 indivíduos com sessenta anos ou mais, respondendo aos questionários a visitantes entre os anos de 2018 e 2019.

### Características sociodemográficas

Neste estudo, a caracterização de visitantes foi feita segundo um conjunto de variáveis sociodemográficas, com dados da idade, gênero e formação acadêmica, profissões, ocupação, renda e arranjo de moradia (Tabela 1).

Tabela 1 – Características sociodemográficas e profissionais (N=1387)

Variáveis	Frequência (%)
<b>Sexo</b>	
Feminino	67,1
Masculino	32,9
<b>Idade (anos)</b>	
60-69	58
70-79	32,5
≥80	9,4
<b>Estado civil</b>	
Solteiro (a)	10,3
Separado (a)/ Divorciado (a)	14,6
Casado (a)	48,8
Viúvi (a)	26,3
<b>Escolaridade</b>	
1º a 4º série (incompleto)	9,2
1º a 4º série (completo)	10,9
5º a 9º série (incompleto)	5,6
5º a 9º série (completo)	4,7
Ensino médio/colegial (incompleto)	2,8
Ensino médio/colegial (completo)	14,1
Ensino superior (incompleto)	5,2

Ensino superior (completo)	46,2
Não respondeu	1,4
<b>Profissões*</b>	
Forças armadas, policiais, bombeiros	6
Trab. superiores do poder público, empresas e gerentes	7,3
Profissionais das ciências e das artes, professores (médicos)	36
Técnicos de nível médio	4,3
Trab. de serviços administrativos	5,2
Trab. serviços, vendedores comércio em lojas e mercados	17,1
Trab. agropecuários, florestais, caça e pesca	1,8
Trab. produção de bens e serviços industriais	2,3
Trab. de produção e operadores de máquinas industriais	7
Trab. de manutenção e reparação	11,8
Arrendatários; autônomos	1
Dona de casa/administradora do lar	11,8
<b>Exerce atualmente trabalho remunerado</b>	
Sim	28,3
Não	71,7
<b>Com quem convive</b>	
Sozinho(a)	26,7
Com cônjuge/companheiro	34,4
Com filho(s)	15,5
Cônjuge e filho(s)	9,4
Cônjuge, filho(s) e neto(s)	6,4
Com netos	1
Amigo (a)	2
Com cuidador contratado	4,6
<b>Renda pessoal</b>	
< que um salário mínimo**	6,1
1 a 3 salários mínimos	43
4 a 6 salários mínimos	22,1
7 a 9 salários mínimos	11,5
>10 salários mínimos	17,4

Fonte: Elaboração nossa. \* Segundo a classificação brasileira de ocupação. \*\* Valor salário mínimo referência: 2018 (R\$ 954).

O grupo de sessenta a 69 anos é o mais numeroso, com 58% dos inquiridos, seguido pelos da faixa etária de setenta a 79 anos, com 32,5%, e do grupo de oitenta ou mais anos, com 9,4%. Existem mais mulheres na amostra, numa relação de 67,1% para 32,9% de homens.

Quanto ao estado civil, os casados são os mais representativos, com 48%, seguidos dos viúvos, com 26,3%, registrando-se separados ou divorciados com 14,6%, e, por último, os solteiros, que representam 10,3%. Cerca de metade dos visitantes frequentaram o ensino superior (5,2% incompleto e 46,2% completo). Os visitantes que frequentaram o ensino médio seguem na contabilização (14,1% com a frequência completa e 2,8% com ensino médio incompleto). Visitantes que completaram a atual quarta série foram 10,9%, e os que não chegaram a terminar 9,2%. Alunos da quinta à nona série 5,6% não a completaram enquanto se apurou que 4,7% a chegaram a completar (1,4% não responderam).

Segundo a classificação brasileira de ocupações, e com algumas adaptações pré-definidas, acabaram se destacando, em maior número (36%), os profissionais das ciências, das artes e os professores, classe na qual estão incluídos os médicos. Seguidamente, os trabalhadores de serviços, vendedores de comércio em lojas e mercados com 17,1%, seguidos em simultâneo pelas donas de casa/administradora do lar com 11,8% e trabalhadores de manutenção e reparação também com 11,8%. Trabalhadores superiores do poder público, empresas e gerentes representam 7,3%, trabalhadores de produção operadores de máquinas industriais com 7%, seguindo-se os profissionais das forças armadas, policiais e bombeiros, com 6%. Os trabalhadores de serviços administrativos são 5,2% da amostra, e os técnicos de nível médio são 4,3%. As profissões menos representadas são aquelas ligadas aos trabalhadores de produção de bens e serviços industriais (2,3%), trabalhadores agropecuários, florestais, caça e pesca (1,8%) e arrendatário/autônomos (1%). Atualmente, apenas 28,3% dos inquiridos exercem trabalho remunerado, e 71,7% não têm ocupação remunerada.

Sobre o arranjo de moradia, 34,4% vivem com cônjuge ou companheiros, e 26,7% vivem sozinhos. Os que vivem com filhos aparecem na terceira posição (15,5%). Aqueles que vivem com cônjuge e filhos são 9,4%, e quando a família se estende a ter netos incorporados são 6,4%, já aqueles que vivem apenas com netos são 1%. De destacar, que 4,6% vivem com cuidador contratado, e ainda 2% que vivem com amigos.

Na variável renda pessoal, quase metade declara receber entre um e três salários mínimos (43%). Poucos declaram receber menos de um salário mínimo (6,1%).

Cerca de 22,1% recebem renda pessoal de quatro a seis salários mínimos, 17,4% recebem mais de dez salários mínimos e 11,5% recebem de sete a nove salários.

### Relação dos visitantes com museus

Os visitantes idosos estabelecem com museus relações diversas. Procurou-se contabilizar quantos se recordavam da primeira visita a museus e mapeou-se o período em que fizeram essa visita e quais as lembranças mais marcantes da visita. A frequência com que o visitante se desloca a museus permite entender se esses indivíduos são consumidores desses espaços culturais.

A relação de visita antes e durante a visita permite mapear estratégias de comunicação e de deslocação mais utilizadas por este público. Os acompanhantes, o meio de locomoção, o tempo de permanência e a informação que recebeu sobre o museu são informações que permitem conhecer uma dimensão de recepção que as instituições devem ter ciência, sabendo que são condicionantes da visita. Porém, a última pergunta deste bloco — se alguma vez participou em atividades para idoso — foca em hábitos ou oportunidades a serem pensadas pelos museus no Brasil pelo seu potencial de atuação e de impactos que podem proporcionar.

### Relação de história de vida

De acordo com a Tabela 2, a grande maioria afirmou recordar-se da primeira visita a museus (83,9%), contrapondo-se os 16,1% que não se recordavam. Mapeando essa vivência, procurou-se entender em que período fizeram essa visita: 32,3% disseram que a primeira visita a museu foi quando criança, 18,3% disseram a ter feito quando idoso, no entanto, 23,2% referiram que foi na fase adulta que visitaram pela primeira vez um museu. Quando jovem e adolescente é a lembrança da primeira visita de 26,2% dos inquiridos.

Os objetos expostos são a lembrança mais marcante de 34,1% dos visitantes, o prédio do museu é recordado por 27,8% dos inquiridos e a cidade é a lembrança de 24,1%. O espaço interno dos museus é referido por 17,5% dos inquiridos. Aqueles que têm memória de um objeto que os marcou foram 11,8% dos visitantes.

Dados importantes para os museus são a frequência com que as pessoas visitam as instituições, para perceber se são visitantes assíduos desse tipo de instituições ou se é uma escolha esporádica. São 30,9% os visitantes que afirmam

visitar muitas vezes por ano os museus, mas que visitam apenas uma vez por ano são cerca de 17,2% dos visitantes. Durante a pesquisa 12,8% dos inquiridos revelaram que aquela era a primeira visita a museus.

Pessoas que fizeram uma visita nos últimos seis meses foram 11,8%, e quem não se recorda ou optou por deixar nesse campo a resposta foram 9,2%. Abaixo disso, pessoas que visitaram uma vez em dois anos foram cerca de 8,4%; uma vez em cinco anos 6,5% e uma vez a cada dez anos foram 3,2% (Tabela 2).

**Tabela 2 – Relação do visitante com museus (N=1387)**

Variáveis	Frequência (%)
<b>Recorda-se da primeira vez que foi a um museu</b>	
Sim	83,9
Não	16,1
<b>Em que período fez a visita</b>	
Criança	32,3
Adolescente	16,7
Jovem	9,5
Adulto	23,2
Idoso	18,3
<b>Que lembrança tem</b>	
Da cidade	24,1
Do prédio	27,8
Do espaço interno	17,5
Dos objetos expostos	34,1
Um objeto marcante	11,8
<b>Com que frequência visita museus</b>	
Primeira vez	12,8
Uma vez nos últimos 6 meses	11,8
Uma vez por ano	17,2
Muitas vezes por ano	30,9
Uma vez em 2 anos	8,6
Uma vez em 5 anos	6,5
Uma vez a cada 10 anos	3,2
Não se recorda	9,2

Como veio ao museu	
Sozinho (a)	14,3
Amigo (a)	18,5
Familiares	34,9
Cônjuge/companheiro (a)	12,1
Com grupo de convivência	21,3
Com grupo de turismo	12,1
Como se deslocou até o museu	
De carro	43,8
Transporte público	18,6
De táxi ou aplicativo	4
De ônibus, van ou fretado	27
Caminhando	6,6
Tempo de permanência	
30 minutos ou menos	14,6
Até 1 hora	24,8
1 a 2 horas	36,3
2 horas ou mais	24,4
Como soube da existência do museu	
Amigos	28,8
Familiares	30,5
Agência de turismo	3,8
Cartaz ou folheto	6,7
Agenda cultural/meios de comunicação	8,8
TV	7,2
Internet ou redes sociais	6,9
Pessoas que frequentam mesmo grupo	20,3
Alguma vez participou de atividades exclusivas para idosos	
Sim	19,5*
Não	80,5

Fonte: Elaboração nossa. \* De 26 indivíduos que participaram de ações para idosos, pontuaram-se as seguintes atividades: 10,7% sarau; 10,7% interpretação de obra de arte; 25,9% atividades manuais; 11,6% contação de história; 7,7% voluntariado; 20,9% estimulação de memória; 30,9% visitar espaço do museu; 29,6% palestra ou curso; 15,5% apresentação cultural; 7,3% festa.

As visitas em família são relatadas por 34,9%; as visitas com os grupos de convivência são responsáveis pelas visitas de 21,3% dos inquiridos. Os amigos são as companhias referidas por 18,5% dos visitantes, enquanto a visita sozinha

é referida por 14,3% dos visitantes. Aqueles que visitam com cônjuge ou companheiros são 12,1%, bem como os que integram grupos de turismo (12,1%).

Quase metade dos visitantes vai de carro (43,8%), chega ao museu de transporte coletivo como ônibus, van ou fretado 27%. De transporte público chegam 18,6%, e apenas 6,6% usam a estratégia de caminhada por meio da proximidade, mas já é referido que o transporte, como o de aplicativos ou táxi, é meio usado por 4% dos visitantes.

Sobre a disponibilidade e o tempo que ficam no museu, perguntou-se o tempo de permanência, no entanto, convém referir que esse indicador pode variar dependendo da dimensão do próprio museu, mas pode ser um bom indicador nas análises parciais por museus, para que cada instituição faça a sua avaliação de retenção e propostas de ação.

A preparação dessa visita surge por informações transmitidas por familiares para 30,5% dos visitantes com sessenta ou mais anos. Como segunda fonte de informação, são referidos os amigos (28,8%) e as pessoas que frequentam o mesmo grupo (20,3%). Menos de 10% se referem à agenda cultural (8,8%), a TV (7,2%), internet ou redes sociais (6,9%) e os cartazes ou folhetos (6,7%), e, por último, a agência de turismo (3,8%).

Sobre experiências e programações exclusivas para idosos, 80,5% nunca participaram de atividades apenas para idosos, já 19,5% participaram desse tipo de propostas. Vinte e seis indivíduos inquiridos que participaram de ações específicas para idosos nos museus pontuaram as seguintes atividades: visita ao espaço (30,9%); palestra ou curso (29,6%); atividades manuais (25,9%); estimulação de memória (20,9%); apresentação cultural (15,5%); contação de histórias (11,6%); sarau (10,7%); interpretação de obra de arte (10,7%); voluntariado (7,7%); festa (7,3%).

## Percepções, emoções e interesses na visita

Dentro dos processos psicológicos básicos, destacam-se a percepção — como a capacidade dos indivíduos de processar informação por meio dos estímulos dos sentidos —, que, na visita, são acionados e que se coletam por meio do padrão escrito referido pelo indivíduo nos padrões fechados apresentados no questionário. O outro processo está ligado às emoções, associadas aos sentimentos que podem se expressar por meio de comportamentos ou expressões dos indivíduos. Sem aprofundar esses processos psicológicos,<sup>44</sup> a pesquisa pré-seleciona

45. Todorov e Moreira, *op. cit.*

46. Falk e Dierking (1997).

componentes desses processos para escolha dos indivíduos quando em contato com os estímulos que ocorrem no contexto dos museus em determinado momento da vida. A motivação é também geradora de comportamentos,<sup>45</sup> alguns bem específicos no contexto museológico.<sup>46</sup>

O que mais chama a atenção dos visitantes são os objetos, 28,3% das pessoas idosas referem a esta alternativa, o tema do museu é referido por 24,4%. As informações oferecidas pelo museu são pontuadas por 17,1% dos visitantes e a arquitetura do prédio por 14,3% e o atendimento dos funcionários por 11,7%, por último a convivência com as pessoas (3,3%) (Tabela 3).

Tabela 3 – Destaque da visitação (N=1387)

O que mais chamou sua atenção na visitação	%
O tema	24,4
Os objetos	28,3
As informações oferecidas pelo museu	17,1
A arquitetura do prédio	14,3
A convivência com as pessoas	3,3
O atendimento dos funcionários	11,7
Nada	8

Fonte: Elaboração nossa.

Quando questionados sobre a principal razão para visitação ao espaço, pretendeu-se saber, durante uma ponderação, sobre três níveis de interesse pessoal, o que os motivou   visita: 33,4% votaram nos objetos como primeiro interesse. O tema do museu e da exposição foi o mais votado como o segundo interesse pela visitação pontuado por 20% dos visitantes e como terceiro interesse 17,5% dos participantes da amostra referiram conhecer coisas novas.

Aprender coisas novas foi, para mais de metade dos visitantes, a experiência mais procurada (pontuada por 61,2% dos inquiridos). Como segunda escolha, o passeio foi o mais votado (26,9%), e, como terceira escolha, conviver com outras pessoas foi a mais votada por 21,9%. Sobre emoções sentidas na visitação, a alegria foi a referida como a emoção mais sentida em primeiro lugar (pontuada por 48,2%); a satisfação foi sentida como segunda opção por 27,9% dos visitantes e a curiosidade foi referida em terceira escolha por 30,1% das pessoas idosas.

Os idosos foram questionados sobre preferências em participar de atividades propostas pelos museus. As escolhidas como as mais interessantes foram

a interpretação de obras de arte, contação de histórias e atividades manuais. Os visitantes se referiram também à estimulação de memória, palestras, cursos e visitação ao espaço, e, em terceiro nível de interesse, as palestras, apresentações culturais e festas, embora não sejam as prioritárias. Serviço voluntário e sarau não aparecem nas escolhas da amostra.

## Percepções das instalações e atendimento

A experiência no museu tem uma vertente prática nos estudos de recepção, que foca nas percepções de atendimento e acessibilidade. Propôs-se uma escala do tipo Likert de 1 como insatisfeito e 5 como plenamente satisfatório para a análise da percepção das instalações como influência na visitação. Acerca da ambientação nos espaços. A nota predominante foi 5, referida por mais de 70% dos visitantes nos quesitos de acesso ao museu, iluminação, temperatura das salas, sinais e placas de orientação, informações e texto da exposição.

Em alguns quesitos, os inquiridos se referiam à opção “não se aplica”, pois nem em todos os museus tiveram experiências com escadas (17,4% não se aplica), lugares de alimentação (32,9% não se aplica), elevadores (48,2 % não se aplica) e lugares de descanso (14% não se aplica) — não se aplica provavelmente por não ter. Quanto aos WC/sanitários, 65,3% deram nota 5 e 13,9% deram nota 4, no entanto, 12,9% disseram que não se aplica (provavelmente por não terem utilizado).

Conforme apontado na Tabela 4, a percepção dos visitantes sobre os serviços de atendimento a nota 5 também foi a mais referida quanto aos serviços de limpeza e manutenção (86,9%), a recepção (80%) e os guardas ou segurança (71,5%) foram pontuados plenamente satisfatórios. O guia/orientador teve a nota máxima (5) pontuada por 48,7% dos visitantes, mas 41,9% dos museus tiveram a pontuação “não se aplica” por não ter esse tipo de atendimento. Isso também ocorreu com o educador que teve nota 5, referida em 55,3% dos visitantes, e 34,7% dizem que “não se aplica” — situação similar no atendimento de bilheteria nota 5 referida por 53,5% e “não se aplica” em 36,3%.

Tabela 4 – Avaliação de satisfação (N=1387)

Variáveis	Nota predominante (%)*
Percepção das instalações na visitação	
Acesso ao museu	Nota 5 (77,9)
Iluminação	Nota 5 (73,4)
Temperatura das salas	Nota 5 (72,4)
Sinais e placas de orientação	Nota 5 (70,1)
Informações e texto da exposição	Nota 5 (72,7)
Escadas	Nota 5 (51,6) e não se aplica (17,4)
Lugar de alimentação	Nota 5 (45,4) e não se aplica (32,9)
Banheiros	Nota 5 (65,3); 4 (13,9) e não se aplica (12,9)
Elevadores	Nota 5 (39,0) e não se aplica (48,2)
Lugares de descanso	Nota 5 (62,7) e não se aplica (14)
Percepção do atendimento de visitação	
Atendimento bilheteria	Nota 5 (53,5) e não se aplica (36,3)
Recepção	Nota 5 (80)
Guarda/segurança	Nota 5 (71,5)
Guia/orientador	Nota 5 (48,7) e não se aplica (41,9)
Educador	Nota 5 (55,3) e não se aplica (34,7)
Serviço de limpeza e manutenção	Nota 5 (86,9)

Fonte: Elaboração nossa. \* Escala Likert: 1 – insatisfeito; 5 – plenamente satisfatório.

Relativo ao tipo de atenção que esperam no atendimento quando visitam um museu, 36,1% dos visitantes procuram, em primeiro lugar, informações sobre as coleções e os objetos. A quantidade de visitantes que procuram em primeiro lugar informações sobre o funcionamento do museu foram 25,3% e os que privilegiam um acolhimento gentil em primeiro lugar foram 21,6%. Para 17,5% dos visitantes em primeiro lugar estão informações sobre acesso a sanitário, pontos de descanso e serviços Tabela 5.

Tabela 5 – Atendimento (N=1387)

Que tipo de atenção espera receber quando visita um museu	Quantos votaram em primeiro lugar (%)
Informações sobre coleções e objetos	6,1
Informações sobre o funcionamento do museu	5,3
Acolhimento gentil	1,6
Informações sobre acesso sanitário, pontos de descanso e serviços	7,5

Fonte: Elaboração nossa.

## Legado

A Tabela 6 apresenta que mais de metade dos visitantes acreditam poder contribuir com os museus (56,6%). A vontade de contribuir com as gerações mais jovens fica clara na análise sobre legado. É por meio de compartilhamento de memórias com pessoas mais jovens que 36,7% dos cidadãos com mais de sessenta anos pensam poder contribuir, outros 26,8% pensam na possibilidade de compartilhar o que sabem fazer com as pessoas interessadas em aprender, em terceiro, 12,6% do inquiridos pensam contribuir deixando depoimentos de vida gravados.

A parte ligada ao patrimônio material aparece como contribuição quando se referem à doação de objetos como intenção de 10,4% dos inquiridos, mas 9% pensam na possibilidade de ajudar a identificar objetos, já 3,3% pensam poder doar documentos e 1,1% disseram poder fazer empréstimos temporários. A Tabela 6 apresenta resultados relativos à possibilidade de contribuir com o museu uma expressão mais abrangente de deixar algum legado nessa fase da vida com a comunidade.

Tabela 6 – Legado (N= 1387)

Variáveis	%
<b>Acredita na possibilidade de contribuir com o museu</b>	
Sim	56,6
Não	43,4
<b>De que forma pode contribuir com o museu, n (%)</b>	
Compartilhar memórias com pessoas mais jovens	36,7
Compartilhar coisas que sabe fazer com pessoas interessadas em aprender	26,8

Deixar depoimentos de vida gravados	12,6
Doação de objetos	10,4
Ajudar a identificar objetos antigos	9
Doação de documentos	3,3
Empréstimo temporário de documentos	1,1

Fonte: Elaboração nossa.

## Acessibilidade

Um bloco de questões voltadas à acessibilidade revelou que 90,3% dos idosos não são pessoas com deficiência (Tabela 8). Dos 9,7% que responderam ter, mais de metade (69%) assumiu ter dificuldades de locomoção e 11% teriam dificuldades de visão, a mesma quantidade referiu dificuldades de audição (11%), 7% teriam dificuldades na fala, e os restantes 8,3% teriam múltiplas dificuldades.

Questionados se precisam de um acompanhante para visitar o museu, 81,9% disseram que não teriam essa necessidade, porém, cerca de 80% referem não se sentir confiantes em visitar o museu sozinho. Entretanto, quando questionados os recursos que mais sentiram falta na visitação, disseram: as rampas (10%), depois os bancos (7,7%), espaços de descanso (7,5%) e as visitas guiadas (7,4%) e orientações no exterior (6,1%). Porém, 64% dos visitantes referiram que não sentiram falta de nenhum recurso.

Tabela 7 – Acessibilidade (N=1387)

Variável	Frequência (%)
<b>Considera-se pessoa com deficiência</b>	
Sim	9,7*
Não	90,3
<b>Tem necessidade de ter um acompanhante</b>	
Sim	18,1
Não	81,9
<b>Confiante em visitar o museu sozinho(a)</b>	
Sim	19,7
Não	80,3
<b>Quanto sentiram falta dos seguintes recursos</b>	
Rampas	10
Corrimãos	5,5

Elevadores	3,5
Cadeira de rodas	1,6
Espaço de descanso	7,5
Bancos	7,7
Banheiros adaptados	2
Iluminação	2,3
Orientações no exterior	6,1
Orientações no interior do museu	5,3
Visita guiada	7,4
Audioguias	3,6
Nenhum	64

Fonte: Elaboração nossa. \* Dos indivíduos que apresentaram necessidades especiais (n=133), 69% tinham dificuldades de locomoção; 11% de visão; 7% de fala; 11% de audição; 8,3% múltiplas necessidades.

## DISCUSSÃO

O objetivo geral da presente pesquisa foi realizar um estudo descritivo que permitiu conhecer um recorte de visitantes de museus composto por pessoas idosas, com enfoque nas suas características sociodemográficas, experiências atuais e pregressas com museus, como relações na história de vida, percepções, emoções e interesses na experiência museográfica.

Os estudos da gerontologia ambiental remetem para uma visão integrativa sobre processos que operam entre contextos e pessoas,<sup>47</sup> desse modo, o rápido envelhecimento da população é acompanhado pelo aumento da demanda por atividades socioculturais.

Como a revisão de literatura sustenta, os museus são espaços únicos para promover a socialização e a inclusão,<sup>48</sup> aprendizagem ao longo da vida<sup>49</sup> e bem-estar, apesar de alguma experiência de doença,<sup>50</sup> esses ambientes podem prosperar por meio da interação com públicos de pessoas idosas.

Os autores da gerontologia ambiental referem que, na pesquisa dos ambientes, são procurados resultados ao nível da saúde e bem-estar.<sup>51</sup> A importância do bem-estar, da qualidade de vida e da autoestima são variáveis abordadas pela psicologia e gerontologia e podem ser exploradas por meio de conhecimentos interdisciplinares e de apoio à saúde em ambientes como os museus, conforme destacado pela revisão de escopo.<sup>52</sup> Os benefícios podem ser encontrados se o

47. Cf. Wahl e Gerstorf (2018).

48. Cf. Garner, Kaplan e Pugh (2016), Roe *et al.* (2016) e Todd *et al.*, *op. cit.*

49. Cf. Goulding (2012) e Hsieh (2010).

50. Cf. Ander *et al.* (2012), Ioannides (2016) e Johnson *et al.* (2017).

51. Cf. Wahl e Gerstorf (2018) e Wahl, Iwarsson e Oswald (2012).

52. Cf. Bennington *et al.* (2016), Fancourt e Steptoe (2018), Jesus (2016) e Miles *et al.* (2013).

53. Cf. Belver *et al.*(2018), Cunha *et al.* (2019), Flatt *et al.* (2015), Hendriks *et al.*(2021), Koebner *et al.*(2019), Livingston, Fiterman Persin e Del Signore (2016) e Schall *et al.*(2018).

54. Cf. Araujo, Hinsliff-Smith e Cachioni (2020, 2022).

55. Cf. . Desmarais, Bedford e Chatterjee, *op. cit.* e Lackoi, Patsou e Chatterjee, *op. cit.*

56. Cf. IBGE (2013).

indivíduo for o foco das propostas museológicas, e não o seu estado de saúde,<sup>53</sup> destacando-se o impacto individual.<sup>54</sup>

Dentro do processo de musealização, que remete para o trabalho com as coleções/patrimônio, o território e a sociedade, existe a possibilidade de engajamento com a comunidade e de parcerias entre diversos públicos mais velhos e por meio de uma série de atividades desenvolvidas pelos museus.<sup>55</sup>

Conhecer o público pelos dados sociodemográficos é prioritário para que os museus saibam quem são os visitantes que já os visitam e traçar um perfil para que também se chegue às pessoas idosas não visitantes de museus, e assim incentivar estratégias por meio da formação e captação de ações para os públicos diversos, causando impactos positivos na diversidade de pessoas além dos visitantes da exposição, e que potencialmente podem participar de outras ações curatoriais.

Como as hipóteses da pesquisa sugerem, conhecer o público possibilita proposições museográficas mais assertivas e melhora o relacionamento com os visitantes. Entende-se que atender uma expansão desse perfil possibilitará o acesso a um maior número de pessoas que passarão pelo processo de envelhecimento, pensando nos cerca de 29 milhões de pessoas com sessenta anos ou mais, que em breve passarão de 14,5% da população brasileira para 30% da população total.<sup>56</sup>

Pelos dados coletados, comprovou-se que o chamado público idoso é diverso. É nessa diversidade socioeconômica subjacente dos indivíduos que os museus vão ter de explorar os relacionamentos. Na gerontologia, diz-se que o envelhecimento é feminino e, nesse contexto, as mulheres são aquelas que mais visitam os museus. Metade dos inquiridos frequentaram o ensino superior e são em maior número os profissionais das ciências, das artes e professores, classe em que estão os médicos. Quanto à renda, mais de metade recebem acima de quatro salários mínimos e, a outra metade, abaixo disso. Pela amostra de conveniência, questionam-se alguns estereótipos, nomeadamente que só pessoas com alto poder aquisitivo visitam museus. No entanto, a pesquisa confirma que mais da metade da amostra tem escolaridade superior ao ensino médio.

Apurou-se que a visitação em família é o formato em que as pessoas idosas mais vão aos museus. O grupo de convivência e os amigos são também referidos como as principais companhias na visitação, logo as atividades focadas em trabalhos entre pares, como atividades intergeracionais, podem ser desenvolvidas em museus.

Verificou-se que quanto ao relacionamento histórico dos indivíduos com instituições museais: um terço se recorda de ter visitado museus quando criança, mas os dados mostram que os outros dois terços da amostra se distribuem quanto à primeira visita a museus ao longo do ciclo de vida. A mesma percentagem de indivíduos se

lembra de visitar museus quando jovens, adultos ou idosos. Logo, a amostra apresenta uma diversidade de vivências com as instituições, a qual pode ser cruzada com outros dados para uma análise mais detalhada quanto a análise estatística.

Os objetos são a lembrança mais marcante dessas visitas, sejam de forma geral ou algum em particular. Para metade dos visitantes, os objetos são a grande recordação e a percepção que mais chamou a atenção durante a visita e também como a principal razão de visitar o espaço — logo, os objetos são os destaques desse relacionamento durante a visita para o público idoso. Esses dados coletados são destaque em vários momentos do questionário, por isso os objetos parecem ser o grande trunfo do diálogo e das proposições museológicas de interação para essa geração de visitantes.

As variáveis motivacionais e emocionais são o primeiro alerta para que novas pesquisas possam ser exploradas por áreas mais específicas. A alegria e a satisfação como emoções mais referidas remetem para um sentimento positivo que impacta no bem-estar subjetivo dos indivíduos. A curiosidade referida pelos visitantes torna-se um estímulo mental para processos de aprendizagem, as relações museográficas permitem que processos de aprendizagem sejam concebidos dentro da educação não formal<sup>57</sup> ou de formas mais amplas e genéricas de aprendizagem.<sup>58</sup> Aprender coisas novas ou interesses em conhecer os objetos, valorizando os temas e as informações oferecidas são respostas que apontam para possibilidades de aprendizagem que são valorizadas pelo público mais velho.

Aprender coisas novas é a experiência mais escolhida pelos visitantes idosos quando pretendem ir aos museus e é uma opção reportada por diversos estudos na área de educação em museus. Logo, parece coerente as modificações pelas quais os museus estão passando, transformando os setores de educação em a nomenclatura de “interpretação e aprendizado contínuo”.<sup>59</sup>

A segunda escolha para ir ao museu é o passeio, e, como terceira, o convívio com os outros, aqui os dados empíricos são coerentes com a importância do impacto da socialização e inclusão que aparece nos domínios dos ambientes amigáveis da OMS,<sup>60</sup> mas também já comprovadamente estudadas e referidas como positivas no envelhecimento na revisão de literatura.<sup>61</sup>

Quanto às propostas de atividades mais escolhidas pelos visitantes, elas estão alinhadas com as aprendizagens ao longo da vida, que podem ser promovidas nesses ambientes se for dada a possibilidade. A escolha do público da amostra recai sobre a interpretação de obras de arte, mas também em contar e ouvir histórias e realizar atividades manuais, como eles mesmos desejam.

O serviço voluntário e o sarau não aparecem. Todavia, é importante refletir se essa ausência é por não existirem interessados ou por serem atividades menos

57. Cf. Gohn (2006), Köptke e Valente (2002) e Marandino (2004, 2008).

58. Cf. Castro, *op. cit.*, Gohn (2014), Hooper-Greenhill (2004) e Withnall (2016).

59. Cf. MacManus, *op. cit.*

60. Cf. OMS (2018).

61. Cf. Araujo, Hinsliff-Smith e Cachioni (2020, 2022).

62. Cf. Araujo (2016) e Gonzalez e Guerrero (2016).

63. Cf. Gonzalez e Guerrero, *op. cit.*, Lien (2017), Ribeiro (2014) e Song e Hayashi (2016).

64. Cf. Erikson (1950)).

65. Cf. Baltes (1987).

66. Cf. Schoklitsch e Baumann (2012).

67. Cf. ONU (2022).

conhecidas pelos visitantes dos museus brasileiros, uma vez que a literatura internacional pontua experiências exitosas destas atividades.<sup>62</sup>

Mais de 80% dos inquiridos nunca participaram de atividades específicas para idosos. Isso significa que, se esse público preferir desenvolver atividades com os seus pares, há aqui um potencial de ação. A inclusão é objetivo recorrente dos domínios para os espaços amigáveis a todas as idades, o que pode ser ilustrado pela redução do isolamento do público idoso, pela promoção de espaços de convívio, e pelos contatos entre pares e de forma intergeracional, permitindo a reelaboração de papéis sociais, inclusive como processo adaptativo como a revisão escopo assinala.<sup>63</sup>

A geratividade, fase abordada por Erikson,<sup>64</sup> é um conceito gerontológico derivado da teoria do desenvolvimento humano ao longo da vida, o *life span*.<sup>65</sup> Porém, mais do que um estágio, o conceito remete para ações, como referência relevante de contribuição para as gerações futuras — o legado. Essa postura, como componente da personalidade, pode influenciar atitudes culturais dos cidadãos, contatos intergeracionais e adaptação por meio da aprendizagem ao longo da vida.<sup>66</sup>

O legado foi uma variável escolhida para o questionário, percebendo-se que mais de metade dos inquiridos estão disponíveis para contribuir, de alguma forma, com a instituição, seja por meio de compartilhamento de memórias, das suas habilidades com quem queira aprender ou registrando suas histórias de vida. O que remete para a forte vertente de coleta de história oral, que os museus se propõem a desenvolver como parte integrante dos seus acervos, subsidiando a curadoria, seja na perspectiva da salvaguarda como na comunicação em exposições e nas mídias digitais.

A partilha de saberes, experiências e a vontade de contribuir com as gerações mais novas são apuradas como possibilidades quando utilizamos a variável de legado, pois, mais de metade dos visitantes idosos que acreditam poder contribuir com os museus e com as gerações futuras, compartilhando as suas memórias, ensinando coisas que sabem fazer ou deixando depoimentos de vida. Nessa categoria de análise, as contribuições materiais com foco em objetos ou documentos ficam menos destacadas. A disponibilidade das pessoas idosas para participar com as instituições pode partir do princípio de que, na sociedade contemporânea, esse papel não inclui as experiências cotidianas e, por isso, existe a possibilidade de espaço de partilha nas instituições museais, quando esse papel não é valorizado ou compartilhado entre gerações, como por meio da oralidade, menos valorizadas nas sociedades do Antropoceno.<sup>67</sup>

O próprio museu trabalha com a premissa de legados do passado e com foco na construção do futuro, parece importante referir como, na ação museográfica,

pensando-se no quadro referencial da museologia as áreas de salvaguarda e comunicação, podem explorar o relacionamento de indivíduos com as instituições, promovendo trocas nesse movimento intergeracional e de transmissão de legado. Essas premissas estão associadas como traço de personalidade ou estágios mais avançados do desenvolvimento humano.

Os participantes se declararam como não sendo pessoas com deficiência, contrariando estereótipos de limitações nas idades mais avançadas, que ainda persistem, de referir que o maior número de visitantes inquiridos está na faixa dos sessenta aos 69 anos, por isso essa percepção, embora não se tenha feito a correlação estatística entre a idade e as respostas de limitações.

Os cerca de 10% que referiram ser portadores de necessidades especiais pontuaram dificuldades de locomoção, por isso a importância de termos museus acessíveis fisicamente. As rampas são os elementos que os entrevistados disseram mais sentir falta, conforme os dados apontam. No entanto, os 90% que declaram não haver necessidades especiais, rejeitando-se o perfil do idoso fragilizado por limitações, mas defende-se que para além do perfil encontrado na visita os museus têm o potencial de atendimento em recortes de público idoso com necessidades e características mais específicas, como a própria revisão de literatura apontou.<sup>68</sup>

A revisão de escopo<sup>69</sup> permitiu conhecer, na literatura (em inglês e português), como os museus contribuem com evidências empíricas disponíveis sobre saúde (focando no bem-estar psicológico e físico), socialização (discutindo estereótipos, redução do isolamento, intergeracionalidade, reelaboração de papéis sociais), socioeconômicas (com enfoque local de serviços, parcerias e ocupações) e no envelhecimento criativo (promovendo a educação não formal com aprendizagens ao longo da vida em diferentes níveis, exploração de ambientes presenciais e digitais, revelando novas habilidades e estímulo à criatividade) com impacto potencial na comunidade e indivíduos.<sup>70</sup>

Esse estudo de recepção permite avaliar as percepções dos frequentadores idosos quanto a legados possíveis, acessibilidade e permanência no museu, à luz da premissa de ambientes amigáveis, ou seja integradores que promovem o acesso multidimensional, estimulantes e adaptativos a diversos públicos e idades, acolhedores e com a capacidade de engajamentos dos visitantes, respeitando a sua experiência de vida, permitindo a formulação de proposições museográficas assertivas partindo das vivências em museus, interesses e motivações, avaliação de recursos de acessibilidade e atendimento, como as hipóteses da pesquisa preconizavam.

68. Cf. Cunha, *op. cit.*, Smiraglia (2016).

69. Cf. Araujo, Hinsliff-Smith e Cachioni (2022).

70. Cf. *Id.* (2020, 2022).

71. Cf. UNESCO (2015).

72. Cf. ONU (2022).

73. Cf. OMS (2018), Hamblin e Harper (2016) e OMS (2007, 2015, 2018).

74. Cf. Sarraf (2018).

75. Cf. OMS (2015).

○ envolvimento em atividades socioeducativas e visitas a museus podem representar resultados positivos para o envelhecimento ativo participativo se o ambiente oferecer apoio a essas competências e permitir que essas oportunidades sejam nutridas e possam florescer. Essas propostas parecem pertinentes e necessárias porque as relações com a memória, patrimônio e território se tornaram menos orgânicas no processo de envelhecimento dos grupos com o seu cotidiano, integrando o natural e cultural, o material e o imaterial.<sup>71</sup>

Na sociedade do Antropoceno, que assume um mundo em transformação, em tempos incertos e vidas instáveis,<sup>72</sup> cujos complexos de incertezas, mentes inquietas, angústia mental e polarização estão presentes, precisa-se revisitar diretrizes que possibilitam impactos positivos tanto no âmbito individual quanto no coletivo.

○ questionamento sobre se precisam de um acompanhante para visitar o museu, 81,9% disseram que não teriam esta necessidade. O resultado gerou perplexidade quando 80% referem não se sentir confiantes em visitar o museu sozinhos. Esses dados levaram a equipe a repensar uma série de hipóteses para um caminho de pesquisa, o qual pode ser explorado em outra publicação. Afinal, em terceiro lugar, aparece a visita guiada como elemento que sentem falta, o que pode refletir-se nessas questões sobre esse interesse de não visitar o museu sozinho, mesmo que assumam não necessitar de acompanhante. Porém, pode existir outra interpretação desses dados, o que precisa ser investigado.

Sugere-se construir ações museográficas para a diversidade de potencial do público idoso (visitante e não visitantes) por meio de ambientes mais amigáveis para todas as idades, seguindo as diretrizes de conhecimentos interdisciplinares,<sup>73</sup> o que, na museologia já é abordado como mais inclusivo.<sup>74</sup> Viver mais abre novas oportunidades: como parte do processo de envelhecimento ativo da população, os desafios decorrentes do novo cenário demográfico<sup>75</sup> devem ser enfrentados também pelas instituições culturais com contributos da gerontologia.

Como possibilidades de pesquisa futura, esses ambientes foram impactados pelas normativas de isolamento e distanciamento, bem como temporadas de museus fechados impactaram as relações dos públicos com sessenta anos ou mais. Antes que as visitas fossem reduzidas pela covid-19, em um cenário pandêmico, a pesquisa pontuava impactos positivos em públicos mais velhos. Porém, muitos, desses espaços apostaram no desenvolvimento de alternativas on-line, com novas tecnologias de informação, que foram muito pouco exploradas com esse público até o momento da obrigatoriedade de isolamento.

É importante compreender as dimensões do ambiente específico dos museus como ambiente amigável para todas as idades, para promover estímulos entre a

docilidade e proatividade em espaços culturais e para se proporcionar a estimulação a um nível que se sinta o desencorajamento.

A ocupação dos espaços físicos que permitam ampliar o senso de pertencimento, criar possibilidades sociais, segurança e acessibilidade socioeconômica explorando, com esse público, novas dimensões tecnológicas.<sup>76</sup>

A postura da museologia de base social é importante no cumprimento dessas diretrizes, com base em princípios museológicos que evoluíram desde a década de 1970. Verifica-se que a museologia que faz a transição de posturas e que utiliza o diálogo com a bagagem dos seus visitantes cumpre o “compromisso ético que deve contemplar a participação das comunidades nas decisões que envolvem o uso, a exposição, a interpretação e o destino de seus bens e manifestações culturais”.<sup>77</sup>

Em uma reflexão recente, os museus como ambientes amigáveis buscam, na sua definição de 2022, contemplar e se definir como ambientes acessíveis, inclusivos e com a participação da comunidade:

Abertos ao público, acessíveis e inclusivos, fomentam a diversidade e a sustentabilidade. Os museus funcionam e comunicam ética, profissionalmente e, com a participação das comunidades, proporcionam experiências diversas para educação, fruição, reflexão e partilha de conhecimento.<sup>78</sup>

Os estudos de recepção em museus com subsídios da gerontologia e com o olhar mais interdisciplinar para o processo de envelhecimento e caracterização do público possibilitará refletir ações que produzam mais impactos positivos, os quais podem ser alcançados pelas pessoas numa fase mais tardia da vida.

76. Cf. Wahl, Iwarsson e Oswald (2012) e Wahl e Gerstoft (2020).

77. UNESCO (2017, p. 1).

78. ICOM (2022).

## REFERÊNCIAS

Livros, artigos e teses

ANDER, Erica E. *et al.* *Heritage in Health: A Guide to Using Museum Collections in Hospital and Other Healthcare Settings*. London: UCL, 2012.

ARAUJO, Olga S. C. C e. *Os idosos como público de museus*. 2016. Dissertação (Dissertação de Mestrado em Museologia) – Programa Interunidades em Museologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

ARAUJO, Olga S. C. C e. *Os idosos que visitam museus: um estudo de público em instituições brasileiras*. 2022. Tese (Doutorado em Gerontologia) – Programa Pós-Graduação em Gerontologia, Faculdade de Ciências Médicas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2022.

ARAUJO, Olga S. C. C e.; HINSLIFF-SMITH, K.; CACHIONI, M. Education and the Relationships between Museums and Older People: A Scoping Review Protocol *International Journal of Educational Research*, Amsterdam, v. 120, 101591, 2020. DOI: 10.1016/j.ijer.2020.101591. Acesso em: 3 out. 2022.

ARAUJO, Olga S. C. C e.; HINSLIFF-SMITH, K.; CACHIONI, M. Education and Social Relationships between Museums and Older People: A Scoping Review. *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*, São Paulo, v. 30, p. 1-31, 2022. DOI: 10.1590/1982-02672022v30e29. Acesso em: 3 out. 2022.

BALTES, Paul B. Theoretical Propositions of Life-Span Developmental Psychology: On the Dynamics between Growth and Decline. *Developmental Psychology*, Washington, DC, v. 23, n. 5, p. 611, 1987. DOI: 10.1037/0012-1649.23.5.611. Acesso em: 3 out. 2022.

BEHIND the Scenes at the 21st Century Museum. *Future Learn*, [s. l.], 2015. Disponível em: <https://bit.ly/3NdTzIi>. Acesso em: 15 jul. 2021.

BELVER, Manuel H. *et al.* Art Museums as a Source of Well-Being for People with Dementia: An Experience in the Prado Museum. *Arts and Health*, London, v. 10, n. 3, p. 213-226, 2018. DOI: 10.1080/17533015.2017.1381131. Acesso em: 5 jun. 2021.

BENNINGTON, Rose *et al.* Art Therapy in Art Museums: Promoting Social Connectedness and Psychological Well-Being of Older Adults. *The Arts in Psychotherapy*, Amsterdam, v. 49, p. 34-43, 2016. DOI: 10.1016/j.aip.2016.05.013. Acesso em: 3 out. 2022.

BOLLO, Alessandro. *Report 3: Measuring Museum Impacts*. The Learning Museum Network Project. EU funded project LEM – The Learning Museum. Bologna: Istituto per i Beni Artistici, Culturali e Naturali Regione Emilia Romagna, 2013.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. 8. ed. São Paulo: Perspectiva, 2015.

BRASIL. *Lei nº 1.074/2003, de 1 de outubro de 2003*. Estatuto do Idoso. Brasília, DF: [s. n.], 2003.

BRASIL. *Lei nº 13146/2005, de 6 de julho de 2015*. Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência. Brasília, DF: [s. n.], 2015.

CACHIONI, Meire.; ORDONEZ, T. N.; SILVA, T. B. L. D.; BATISTONI, S. S. T. *et al.* Motivational Factors and Predictors for Attending a Continuing Education Program for Older Adults. *Educational Gerontology*, London, v. 40, n. 8, p. 40-48, 2014.

CASTRO, Fernanda.S.R. Há sentido na educação não formal na perspectiva da formação integral? *Museologia e Interdisciplinaridade*, Brasília, DF, v. 4, n. 8, p. 171-184, 2015. DOI: 10.26512/museologia.v4i8.17166. Acesso em: 3 out. 2022.

CEZAR, Adieliton. T.; JUCÁ-VASCONCELOS, Helena. P. Diferenciando sensações, sentimentos e emoções: uma articulação com a abordagem gestáltica. *IGT na Rede*, Rio de Janeiro, v. 13, p. 4-14, 2016.

COHEN, Regina; DUARTE, Cristiane R.; BRASILEIRO, Alice O acesso para todos à cultura e aos museus do Rio de Janeiro. *In: SEMINÁRIO DE INVESTIGAÇÃO EM MUSEOLOGIA DOS PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA E ESPANHOLA*, 1., 2010. *Actas [...]*. [S. l.: s. n.], 2010. v. 2, p. 236-255.

CUNHA, P. P. *et al.* Museum-Based Art Interventions for People with Dementia and Their Caregivers: A Systematic Review. *Journal of the American Geriatrics Society*, Hoboken, p. 340, 2019.

CURY, Marília X. Museus em Transição. *In: SISEM-SP – SISTEMA ESTADUAL DE MUSEUS DE SÃO PAULO* (org.). *Museus: o que são, para que servem?* Brodowski: ACAM Portinari; Secretaria de Estado da Cultura de São Paulo, 2011.

CURY, Marília X. Novas perspectivas para a comunicação museológica e os desafios da pesquisa de recepção em museus. *In: SEMINÁRIO DE INVESTIGAÇÃO EM MUSEOLOGIA DOS PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA E ESPANHOLA*, 1., 2009. *Actas [...]*. [S. l.: s. n.], 2009. v. 1, p. 260-279. Disponível em: <https://bit.ly/3T8gb0j>. Acesso em: 3 out. 2022.

DESMARAIS, Sarah; BEDFORD, Laura; CHATTERJEE, Helen. J. Museums as Spaces for Wellbeing: A Second Report from the *National Alliance for Museums, Health and Wellbeing*. National Alliance for Museums, Health and Wellbeing, London, 2019-08, 2018.

DESVALLÉES, André.; MAIRESSE, François (ed.). *Conceitos-chave de Museologia*. São Paulo: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus, 2013.

DOLL, Johannes, Educação, cultura e lazer: perspectivas de velhice bem-causadas. *In: NERI, Anita* (ed.). *Idosos no Brasil: vivências, desafios e expectativas na terceira idade*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo; Edições Sesc; 2007.

ERIKSON, Erik. H. *Childhood and Society*. New York: WW Norton and Company, 1950.

FALK, John. H.; DIERKING, Linda. D. Reimagining Public Science Education: The Role of Lifelong Free-Choice Learning. *Disciplinary and Interdisciplinary Science Education Research*, Berlin, v. 1, n. 1, p. 1-8, 2019. DOI: 10.1186/s43031-019-0013-x.

FALK, John.; DIERKING, Linda. *The Museum Experience*. Washington, DC: Whalesback, 1997.

FANCOURT, Daisy.; STEPTOE, Andrew. Cultural Engagement Predicts Changes in Cognitive Function in Older Adults Over a 10 Year Period: Findings from the English Longitudinal Study of Ageing. *Scientific Reports*, London, v. 8, n. 1, p. 1-8, 2018. DOI: 10.1038/s41598-018-28591-8.

FLATT, Jason. D. *et al.* Subjective Experiences of an Art Museum Engagement Activity for Persons with Early-Stage Alzheimer's Disease and Their Family Caregivers. *American Journal of Alzheimer's Disease and Other Dementias*, Thousand Oaks, v. 30, n. 4, p. 380-389, 2015. DOI: 10.1177/1533317514549.

GARNER, Joanna K.; KAPLAN, Avi; PUGH, Kevin, Museums as Contexts for Transformative Experiences and Identity Development. *Journal of Museum Education*, London, v. 41, n. 4, p. 341-352, 2016. DOI: 10.1080/10598650.2016.1199343. Acesso em: 3 out. 2022.

GOHN, Maria D. G. Educação não formal na pedagogia social. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE PEDAGOGIA SOCIAL, 2006, São Paulo. *Anais [...]*. São Paulo, *Anais Congresso Internacional De Pedagogia Social*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

GOHN, Maria D. G. Educação não formal, aprendizagens e saberes em processos participativos. *Investigar em Educação: Sociedade Portuguesa de Ciências da Educação*, Porto, v. 2, n. 1, 2014. Disponível em: gohn\_2014.pdf (europa.eu). Acesso em: 2 fev. 2021.

GONZALEZ, Maria. L.; GUERRERO, X. Museums as a Factor for the Social Integration of Art in the Community: The Experience of Cultural Volunteering by Members of the Senior Community. *Cuadernos De Trabajo Social*, Madrid, v. 29, n. 1, p. 89-93, 2016. DOI: 10.5209/rev\_CUTS.2016.v29.n1.49247.

GOULDING, Anna Lifelong Learning for People Aged 64+ within the Contemporary Art Gallery Context. *Educational Gerontology*, London, v. 38, n. 4, p. 215-227, 2012. DOI: 10.1080/03601277.2010.544569.

GRUT, Sara C. N. Heritage and Ageing Population: Report 2. p. 30, Published by Istituto per i Beni Artistici Culturali e Naturali Regione Emilia-Romagna (Italy), 2013.

HAMBLIN, Kate; HARPER, Sarah. The UK's Ageing Population: Challenges and Opportunities for Museums and Galleries. British Museum. *Oxford Institute of Population Ageing and Age Friendly Museums Network*, Oxford, 2016.

HENDRIKS, Iris *et al.* Evaluation of the 'Unforgettable' Art Programme by People with Dementia and Their Care-Givers. *Ageing and Society*, Cambridge, v. 41, n. 2, p. 294-312, 2021. DOI: 10.1017/S0144686X19001089. Acesso em: 3 out. 2022

HOOPER-GREENHILL, Eilean. Measuring Learning Outcomes in Museums, Archives and Libraries: The Learning Impact Research Project End of Project Paper. *International Journal of Heritage Studies*, London, v. 10, n. 2, p. 151-174, 2004. DOI: 10.1080/13527250410001692877. Acesso em: 10 fev.2019.

HOVI-ASSAD, Pia The Role of the Museum in an Ageing Society. *Museum International*, London, v. 68, n. 3/4, p. 84-97, 2016. DOI: 10.1111/muse.12129.

HSIEH, Hui-Jong. Museum Lifelong Learning of the Aging People. *Procedia*, Amsterdam, v. 2, n. 2, p. 4831-4835, 2010 Disponível em: <https://bit.ly/3Rt34FI>. Acesso em: 7 fev. 2018.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Projeção da população do Brasil e unidades da federação por sexo e idade para o período 2010-2060. Rio de Janeiro: IBGE, 2013. Disponível em: <https://bit.ly/483flpT>. Acesso em: 5 dez. 2023.

ICOM – INTERNATIONAL COUNCIL OF MUSEUMS. Museum Definition: Standards and Guidelines. Paris: ICOMOS, 2022, Disponível em: <https://bit.ly/484BjZw>. Acesso em: 10 out 2022.

IOANNIDES, Elisabeth. Museums as Therapeutic Environments and the Contribution of Art Therapy. *Museum International*, London, v. 68, n. 3/4, p. 98-109, 2016. DOI: 10.1111/muse.12125. Acesso em: 11 fev. 2018.

JACOBSEN, John W.; ROBERTS, Laura; ELLIS, David W.; HEIN, G. *et al. Assessing Museum Impact: From Theory to Practice: Summary Report*. Arlington: New England Museum Association, 2019.

JESUS, Susana Vieira de. *Educar públicos adultos e seniores no museu: um projeto inclusivo e de promoção do envelhecimento ativo*. 2016. Tese (Mestrado em Educação) – Universidade do Minho, Braga, 2016. Disponível em: <https://bit.ly/47IzEJA>. Acesso em: 23 fev. 2018.

JOHNSON, Joana *et al.* Museum Activities in Dementia Care: Using Visual Analog Scales to Measure Subjective Wellbeing. *Dementia*, Thousand Oaks, v. 16, n. 5, p. 591-610, 2017. DOI: 10.1177/1471301215611. Acesso em: 3 out. 2022.

KINSLEY, Rose P. Inclusion in Museums: A Matter of Social Justice. *Museum Management and Curatorship*, London, v. 31, n. 5, p. 474-490, 2016.

KOEBNER, Ian J. *et al.* The Art of Analgesia: A Pilot Study of Art Museum Tours to Decrease Pain and Social Disconnection Among Individuals with Chronic Pain. *Pain Medicine*, Oxford, v. 20, n. 4, p. 681-691, 2019. DOI: 10.1093/pm/pny148. Acesso em: 3 out. 2022.

KÖPTKE, Luciana S.; VALENTE, M. E. A. O formal e o não formal na dimensão educativa do museu. *Museu da Vida COC Fiocruz*, Rio de Janeiro, 2001-2002. Disponível em: <http://bit.ly/3NIH39w>. Acesso em: 2 fev. 2017.

LACKOI, K.; PATSOU, M.; CHATTERJEE, H. *et al.* *A Preliminary Report from the National Alliance for Museums, Health and Wellbeing*. London: International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property, 2016.

LEIVA, J. *Hábitos culturais dos paulistas*. São Paulo: Tuva, 2014.

LIEN, Amber N. *Caretakers of the Community's Past: Volunteers in North Dakota Museums*. 2017. Dissertation (MA) – Department of agriculture and sciences University of History, Philosophy, and Religious Studies North Dakota State University, 2017.

LIVINGSTON, Lucas.; FITERMAN PERSIN, Gerri.; DEL SIGNORE, Debora. Art in the Moment: Evaluating a Therapeutic Wellness Program for People with Dementia and Their Care Partners. *Journal of Museum Education*, v. 41, n. 2, p. 100-109, 2016. DOI: 10.1080/10598650.2016.1169735.

LUO, Jian M.; YE, Ben H. Role of Generativity on Tourists' Experience Expectation, Motivation and Visit Intention in Museums. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, v. 43, p. 120-126, 2020. DOI: 10.1016/j.jhtm.2020.03.002. Acesso em: 3 out. 2022.

MACADAMS, D. P.; ST. AUBIN, E. A Theory of Generativity and Its Assessment Through Self-Report, Behavioral Acts, and Narrative Themes in Autobiography. *Journal of Personality and Social Psychology*, Washington, DC, 62, n. 6, p. 12, 1992. DOI: 10.1037/0022-3514.62.6.1003.

MACADAMS, Dan. P.; ST. AUBIN, Ed.; LOGAN, R. L. Generativity Among Young, Midlife, and Older Adults. *Psychology and Aging*, Washington, DC, v. 8, p. 9, 1993. DOI: 10.1037/0882-7974.8.2.221.

MACMANUS, Poullette. *Educação em museus: pesquisas e práticas*. São Paulo: FEUSP, 2013.

MARANDINO, Marta *et al.* A educação não formal e a divulgação científica: o que pensa quem faz. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM ENSINO DE CIÊNCIAS, 4., 2004. *Atas [...]*. [S. l.: s. n.], 2004. p. 37-45.

MARANDINO, Marta. *Educação em museus: a mediação em foco*. [S. l.: s. n.], 2008.

MILES, Amanda. N.; FISCHER-MOGENSEN, Lise; NIELSEN, Nadia. H.; HERMANSEN, Stine. *et al.* Turning Back the Hands of Time: Autobiographical Memories in Dementia Cued by a Museum Setting. *Consciousness and Cognition*, Amsterdam, v. 22, n. 3, p. 1074-1081, 2013.

OLIVEIRA, Denyse *A Experiência museal dos idosos no museu da vida: acessibilidade, interação e diálogo*. 2019. 134 f. Dissertação (Mestrado) – Divulgação da Ciência, Tecnologia e Saúde, Fundação Oswaldo Cruz, Casa de Oswaldo Cruz, IBICT, 2019.

OMS – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. *Relatório mundial de envelhecimento e saúde*. Genebra: OMS, 2015.

OMS – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. *Age-Friendly Environments in Europe: Indicators, Monitoring and Assessments*. Copenhagen: OMS, 2018.

OMS – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. *Global Age-Friendly Cities: A Guide*. Genebra: OMS, 2007.

ONU – ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. *Relatório do desenvolvimento humano*. Nova York: ONU, 2022. Disponível em: <https://bit.ly/3R7vCU8>. Acesso: 20 nov. 2022.

REAL, M. P. C. BOURDIEU, Pierre; DARBEL, A. O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público. Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira. São Paulo: Zouk, 2003. *Revista Polyphonia*, Goiânia, v. 27, n. 2, p. 283–288, 2016. Disponível em: <https://bit.ly/4a8Mn9Q>. Acesso em: 3 out. 2022.

RIBEIRO, Olivia M. M. D. C. *Práticas do voluntariado nos museus universitários: contributos para a criação de uma bolsa de voluntários seniores especializados*. 2014. 107 f. Dissertação (Mestrado em Museologia) –Faculdade de Letras, Universidade do Porto, Porto, 2014.

ROBERTSON, Hammish. O. *The Caring Museum: New Models of Engagement with Ageing*. Edinburg, Boston: Museum Etc, 2015.

ROE, Brenda *et al.* Coffee, Cake and Culture: Evaluation of an Art for Health Programme for Older People in the Community. *Dementia*, Thousand Oaks, v. 15, n. 4, p. 539-559, 2016. DOI: 10.1177/14713012145289. Acesso em: 3 out. 2022.

SARRAF, Viviane P. Acessibilidade cultural para pessoas com deficiência: benefícios para todos. *Revista do Centro de Pesquisa e Formação*, São Paulo, v. 6, p. 23-43, 2018.

SARRAF, Viviane P. *Acessibilidade em espaços culturais: mediação e comunicação*. São Paulo: Educ, 2014. 236 p.

SCHALL, Arthur *et al.* Art Museum-Based Intervention to Promote Emotional Well-Being and Improve Quality of Life in People with *Dementia*: The ARTEMIS project. *Dementia*, Thousand Oaks, v. 17, n. 6, p. 728-743, 2018. DOI: 10.1177/1471301217730451.

SCHOKLITSCH, Angela.; BAUMANN, Urs. Generativity and Aging: A Promising Future Research Topic? *Journal of Aging Studies*, Amsterdam, v. 26, n. 3, p. 262-272, 2012. DOI: 10.1016/j.jaging.2012.01.002.

SCHWARZER, Marjorie. Museums and Creative Aging: A Healthful Partnership. *American Alliance of Museums*, Washington, DC, 2021.

SMIRAGLIA, Christina. Targeted Museum Programs for Older Adults: A Research and Program Review. *Curator: The Museum Journal*, Hoboken, v. 59, n. 1, p. 39-54, 2016. DOI: 10.1111/cura.12144.

SONG, Minji; HAYASHI, Nao Open?Air Museums as Mediators for Intergenerational Transmission: Taking As Example Two Ethnographic Open-Air Museums in Georgia and Ukraine. *Museum International*, London, v. 68, n. 3/4, p. 157-163, 2016. DOI: 10.1111/muse.12127.

THOMPSON, Linda.; CAMIC, Paul.; CHARTTERJEE, Helen. *Social Prescribing: A Review of Community Referral Schemes*. London: UCL, 2015.

THOMSON, Linda.J. *et al.* Effects of a Museum-Based Social Prescription Intervention on Quantitative Measures of Psychological Wellbeing in Older Adults. *Perspectives in Public Health*, Thousand Oaks, v. 138, n. 1, p. 28-38, 2018. DOI: 10.1177/1757913917737563. Acesso em: 25 jun. 2022.

TODD, Carolyn *et al.* Museum-Based Programs for Socially Isolated Older Adults: Understanding What Works. *Health and Place*, Amsterdam, v. 48, p. 47-55, 2017. DOI: 10.1016/j.healthplace.2017.08.005. Acesso em: 25 jun. 2022.

TODOROV, João. C.; MOREIRA, Marcio. B. O conceito de motivação na psicologia. *Revista Brasileira de Terapia Comportamental e Cognitiva*, São Paulo, v. 7, p. 119-132, 2005.

TUR, Carmen T. Active Ageing, Generativity and Learning *REUNIDO: Revista Eletrônica das Universidades de Oviedo*, Oviedo, v. 47, n. 1, p. 63-66, enero/marzo, 2018.

UNESCO. Declaração de Córdoba. In: *XVIII Conferência Internacional do MINOM Universidade Lusófona*. Córdoba: UNESCO, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/49YTiCy>. Acesso em: 20 dez. 2022.

UNESCO. General Conference, 38th, 2015. Paris: UNESCO, 2015. v. 1: Resolutions. Records of the General Conference, 38th session, Paris, 3-18 November 2015. Disponível em: <https://bit.ly/3Nf4NfD>. Acesso em: 5 dez. 2023.

VIEIRA, S.P., FONTES, Arlete P. PATROCINIO, W.P., NERI Anita L. Sabedoria, gerotranscendência e criatividade na velhice. In: FREITAS, Elizabete V.; PY, Ligia. (ed.). *Tratado geriatria e gerontologia*. 3. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2013. cap. 1.

VLACHOU, Maria.; TEIXEIRA, Giles.; FARIA, Margarida L. D. *Museus e público sénior em Portugal: percepções, utilizações e recomendações*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian; Grupo de Acessibilidade em Museus, 2012.

WAHL, Hans. W; GERSTORF, Denis . A Conceptual Framework for Studying Context Dynamics in Aging (CODA). *Developmental Review*, Amsterdam, v. 50, p. 155-176, 2018. DOI: 10.1016/j.dr.2018.09.003. Acesso em: 25 jun. 2022.

WAHL, Hans. W.; GERSTORF, Denis. A. Person-Environment Resources for Aging Well: Environmental Docility and Life Space as Conceptual Pillars for Future Contextual Gerontology. *The Gerontologist*, Oxford, v. 60, n. 3, p. 368-375, 2020. DOI: 10.1093/geront/gnaa006. Acesso em: 25 jun. 2022.

WAHL, Hans. W.; IWARSSON, Susanne; OSWALD, Frank. Aging Well and the Environment: Toward an Integrative Model and Research Agenda for the Future. *The Gerontologist*, Oxford, v. 52, n. 3, p. 306-316, 2012. DOI: 10.1093/geront/gnr154. Acesso em: 25 jun. 2022.

WITHNALL, A. Lifelong Learning Comes of Age: Intergenerational Perspectives. *Investigar em Educação*, Porto, v. 2, n. 5, 2016.

YASUNAGA, Masashi *et al.* Multiple Impacts of an Intergenerational Program in Japan: Evidence from the Research on Productivity through Intergenerational Sympathy Project. *Geriatrics and Gerontology International*, Hoboken, v. 16, p. 98-109, 2016. DOI: 10.1111/ggi.12770. Acesso em: 25 jun. 2022.

Artigo apresentado em: 25/07/2023. Aprovado em: 14/11/2023.



All the contents of this journal, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution License