

Museus de ciência como espaços de lazer: um estudo de caso

Science museums as leisure spaces: a case study

Luiza de Souza Lima Macedo¹ , Diomira Maria Cicci Pinto Faria² 

RESUMO

A intenção do presente estudo foi ampliar a produção do conhecimento que relaciona museus e lazer, especificamente conhecer quem são as famílias que visitam museus universitários de ciências em momentos de lazer. Os objetivos envolveram traçar o perfil socioeconômico das famílias que frequentam museus com crianças e realizar um estudo comparativo com a literatura disponível. Ancorada nas teorias do *habitus* e dos capitais e em diálogo com conceitos de cultura, lazer e museus, a investigação foi realizada em dois museus de ciências em Belo Horizonte, MG, Brasil, por meio da aplicação de 343 formulários. Mediante análises descritivas, verificou-se o predomínio de mulheres, com alta escolaridade, renda acima da média nacional e relativamente jovens, o que indica a elitização do acesso a espaços museais.

Palavras-chave: Lazer. Museu. Estudo de público. Lazer familiar.

ABSTRACT

The intention of this study was to expand the production of knowledge that relates Museums and Leisure, specifically to know who are the families who visit university science museums during leisure time. The objective was to determine the profile of families who visit science museums with children and to carry out a comparative study with the available literature. Based on the theories of Pierre Bourdieu and holding a dialogue with the concepts of culture, leisure, and museums, the investigation was carried out in two science museums in Belo Horizonte, Brazil, using 343 forms. From descriptive analyses, there was a predominance of women, with high education, income above the national average and relatively young, thus indicating that the access to museums is restricted to the upper classes.

Keywords: Leisure. Museums. Study on the profile of visitors. Family leisure.

¹Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Departamento de Educação Física, Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer – Belo Horizonte (MG), Brasil. E-mail: luizasl.macedo@gmail.com

²Universidade Federal de Minas Gerais, Instituto de Geociências, Departamento de Geografia, Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer – Belo Horizonte (MG), Brasil. E-mail: diomiramaria@gmail.com

Recebido em: 17/04/2021. Aceito em: 01/06/2021

INTRODUÇÃO

O presente artigo estrutura-se em um recorte da pesquisa intitulada Lazer e aprendizagem: interseções a partir de visitas familiares a museus de ciências (MACEDO, 2020), realizada no âmbito do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). O estudo buscou estabelecer relações entre lazer e aprendizagem com base em pesquisa feita com uma amostra de visitantes familiares de dois museus universitários de ciências: Espaço do Conhecimento UFMG e Museu de Ciências Naturais da PUC Minas, da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, ambos em Belo Horizonte, MG. Neste artigo propomos analisar os resultados dos aspectos socioeconômicos que compõem o estudo, indicando sua relação com a frequência a museus e comparando os dados obtidos a de outros estudos de público já desenvolvidos, assim como refletir sobre a percepção desse público acerca dos museus como espaços de lazer e aprendizagem.

Segundo Gomes (2008), o lazer é composto de quatro elementos fundamentais e inter-relacionados: o tempo, o espaço, as manifestações culturais e a ludicidade. Sendo os museus espaços onde é possível se expressar e interagir social e culturalmente por intermédio de jogos, brincadeiras, diálogos, imaginação, eles podem ser considerados espaços de lazer e meio de acesso e produção cultural (LOPES, 2014). Para Gomes (2008), o lazer pode ser definido

como uma dimensão da cultura constituída por meio da vivência lúdica de manifestações culturais em um tempo/espaço conquistado pelo sujeito ou grupo social, estabelecendo relações dialéticas com as necessidades, os deveres e as obrigações, especialmente com o trabalho produtivo (GOMES, 2008, p. 125).

Como pontua a autora, faz-se importante pensar as manifestações culturais e a cultura no plural, de forma múltipla e multifacetada, dinâmica, em constante (re)construção e ressignificação por parte dos agentes culturais. No contexto atual, é impossível lidar com as culturas de maneira estanque, principalmente quando se trata de grandes metrópoles, onde grupos distintos se relacionam e coabitam no mesmo espaço geográfico e com práticas sociais orgânicas e dinâmicas, sendo ressignificadas pelos agentes sociais a todo o momento.

É perceptível, então, que a cultura é um conceito dinâmico, em constante reconstrução, que exprime a riqueza, a complexidade e a importância da temática. Apesar das diversas definições, os vários pontos de vista não se anulam ou se sobrepõem, sendo complementares, coexistindo e dialogando entre si, em suas múltiplas perspectivas. Assim, para este trabalho optamos por considerar cultura como linguagem humana, que pode manifestar-se de diversas formas: oral, escrita, gestual, visual, artística, entre outras (GOMES, 2006). Essa escolha deve-se à aproximação do conceito às definições e aos entendimentos de museu como instituição cultural e dialógica, assim como o lazer. Nesse sentido, faz-se pertinente uma reflexão sobre os museus como espaço de cultura formalizada, cristalizada, local onde

o indivíduo e o grupo têm influência apenas reduzida e, quando [a] têm, a têm sob um ângulo marcadamente particular, privado, individual, sem ascendência sobre o outro universo privado que existe a seu lado, no caso do museu, na forma de outro visitante ou de outro grupo de visitantes. Em outras palavras, o campo de intervenção de cada participante desse tipo de processo é o da interpretação pessoal, que poderá variar amplamente (COELHO, 2008, p. 35).

Todavia, há movimentos que buscam a abertura dos museus para as múltiplas culturas, de forma a abranger e acessar diferentes sujeitos sociais, como é o caso da museologia social, que entende que as instituições museológicas devem ter como premissa servir ao desenvolvimento da sociedade como um espaço de lazer e educação (CHAGAS, 2012).

Na esteira da museologia social (ou sociomuseologia), o próprio conceito de museu está sendo revisitado e reconfigurado pela comunidade internacional¹. No entanto, como ainda o processo ainda não foi finalizado, aqui consideraremos a definição ainda em vigor pelo Conselho Internacional de Museus (Icom), que compreende museu como uma instituição sem fins lucrativos a serviço do desenvolvimento da sociedade que “adquire, conserva, pesquisa, divulga e expõe, para fins de estudo, educação e lazer, testemunhos dos povos e seu ambiente” (DESVALLÉES; MAIRESSE, 2016, p. 36).

Existem diversas tipologias de museu, como, por exemplo: de arte, de ciência, de ciência e tecnologia, histórico, temático, universitário etc. No presente estudo nos debruçamos especificamente sobre os museus universitários, não sendo possível replicar os dados para outros museus, tampouco outras tipologias. Pode-se dizer que os museus universitários têm como objetivos o ensino, a pesquisa, a extensão e a divulgação dos conteúdos estudados na universidade e a interface com a comunidade, porém não se pode dizer que ele é feito exclusivamente para a comunidade acadêmica, até mesmo porque “estudantes de áreas diferentes são tão leigos como o público geral, ou seja, um estudante de química sabe tanto sobre arte quanto qualquer pessoa do grande público” (ALMEIDA, 2001, p. 37).

Os museus universitários abriram-se para a sociedade, situados longe dos campi, como é o caso do Espaço do Conhecimento UFMG, do Centro Cultural UFMG e do Museu de História Natural e Jardim Botânico da UFMG, todos em Belo Horizonte. Ainda segundo Almeida (2002), a maior parte do público que visita os museus universitários não faz parte da comunidade universitária, não podendo-se, assim, afirmar que “um museu universitário serve prioritariamente ao público universitário” (ALMEIDA, 2002, p. 215).

Entender museu vai muito além de uma definição e perpassa por entender suas representações e seus públicos. Nesse sentido, os estudos de público mostram-se fundamentais. Eles objetivam conhecer seu perfil e as formas de apropriação dos visitantes no que tange ao museu, além de buscar acompanhar o fluxo e a dinâmica das visitas. Para Koptcke (2012, p. 215-216):

¹ O Icom abriu consulta pública para construção do novo conceito de museu de forma dialógica, com participação da comunidade internacional. A previsão é que o novo conceito seja definido em 2022. Para mais informações, acessar: https://www.icom.org.br/?page_id=2173. Acesso em: 7 nov. 2021.

Os estudos de público podem ser descritos como processos de obtenção de conhecimento sistemático sobre os visitantes de museus, atuais ou potenciais, com o propósito de empregar o dito conhecimento na planificação e pôr em marcha atividades relacionadas com os distintos grupos de visitantes.

Nos últimos anos vêm crescendo o interesse e a importância de se realizar estudos de público em museus, pois compreender as motivações e atitudes dos visitantes é crucial para a relação entre as instituições patrimoniais e seus visitantes (SHEN *et al.*, 2020).

No Brasil, os estudos de público em museus são relativamente recentes, e os dados encontrados não podem ser tomados de forma geral, apesar de apresentarem muitas semelhanças. Podem-se citar, aqui, alguns exemplos de pesquisas em museus do país. Sobre o Museu Nacional de Belas Artes, no Rio de Janeiro (RJ), Moreira Júnior e Kuperman (2012) identificaram que a maior parte dos frequentadores é mulher jovem, entre 21 e 30 anos, com renda familiar entre R\$ 6 e R\$ 12 mil mensais. No Museu da Vida, também no Rio de Janeiro, Damico, Mano e Koptcke (2010) identificaram o sexo feminino como predominante entre os visitantes espontâneos das exposições, representando 74% do total de visitas recebidas, sendo a faixa etária predominante jovens entre 20 e 29 anos. Do total de visitantes que participaram daquela pesquisa, 36% tinham, no mínimo, ensino superior completo, apontando alta escolaridade. Ainda sobre museus no Rio de Janeiro, Degelo (2009) indica que, em pesquisa realizada em 11 museus da cidade, os visitantes são majoritariamente mulheres, brancas, entre 30 e 39 anos. Em consonância, Faria (2015) desenvolveu pesquisa no Instituto Inhotim, museu de arte contemporânea na região metropolitana de Belo Horizonte, e identificou que o público que visita o espaço é, também, majoritariamente feminino (57,1% dos respondentes), com idade média de 39 anos e alto nível de escolaridade (49,3% eram universitários e 25,7% pós-graduados). Em Belo Horizonte, o Circuito Liberdade, do qual um dos espaços escolhidos para esta pesquisa faz parte, fez estudo de público em todos os equipamentos que o compõem. Foi identificado que 60% do público é do sexo feminino, com faixa etária predominante entre 18 e 29 anos (34,9%) e ensino superior completo (47,2%) (IEPHA-MG, 2017), o que corrobora as demais pesquisas de público aqui indicadas.

Vemos, então, certo padrão de visitantes de museus brasileiros: maior predomínio de mulheres, com alta escolaridade, renda acima da média nacional e relativamente jovens, o que está em consonância com os dados obtidos por Bourdieu e Darbel (2007) para a Europa na década de 1960 e com o perfil identificado por Shen *et al.* (2020) em visitas familiares a museus na China. Ampliando o leque de reflexões sobre o público frequentador de museus, vemos que é semelhante também àqueles que buscam o turismo cultural (BOUKAS, 2007).

METODOLOGIA

O percurso metodológico contemplou revisão bibliográfica, aplicação de formulários e análise de dados primários e secundários, levando em consideração tanto pontos qualitativos quanto quantitativos, sendo escolhido o método de estudo de

caso para a condução (VEAL, 2011). Por se tratar de pesquisa realizada com famílias com crianças, optamos por aplicar os formulários apenas a um dos membros adultos do grupo, de forma a viabilizar a pesquisa e diminuir os impactos negativos nos respondentes. Para ajustar o formulário e verificar questões específicas, tais como o tempo gasto para resposta, os tipos de respostas possíveis e a necessidade de incluir ou excluir algum ponto, fez-se pesquisa piloto no dia 19 de outubro de 2019, quando foram aplicados 17 formulários, com base nos quais reformulamos algumas perguntas e locais de coleta.

Vale refletir sobre o entendimento em relação à definição de família, de forma a padronizar as abordagens e garantir o rigor na coleta. Segundo Shen et al. (2020), as famílias podem ter diversas configurações, com ou sem crianças, dificultando a conceituação e o recorte. Para Jonchery e Van Praët (2014, p. 163), “a expressão público familiar abarca realidades variadas. Em certos casos, ela significa o conjunto de visitantes que não estão desacompanhados; em outros, ela visa grupos compostos por adulto(s) e criança(s)”, sendo este último o selecionado para a seleção das famílias aptas a participar do estudo.

A seleção por famílias como foco deste estudo se deu pelo fato de haver escassez de estudos que se debruçam sobre o lazer familiar, matéria importante para pensar as relações familiares e até mesmo a qualidade delas, uma vez que praticar o lazer em família é vital para o fortalecimento das relações de parentesco, para socialização e desenvolvimento, principalmente das crianças (SCHWAB; DUSTIN, 2015).

Para composição da base de dados, foram aplicados 171 formulários em cada instituição pesquisada, totalizando 342 participantes, considerando a margem de erro de 5% e o nível de confiabilidade de 90%, de acordo com cálculo amostral feito com base em pesquisa de público realizada pelo Espaço do Conhecimento UFMG em 2017 e publicada em 2018². Segundo a pesquisa, dos 62.065 visitantes recebidos naquele ano, 51.825 eram espontâneos. Destes, 25% estavam acompanhados por crianças, o que dá uma população de 12.956 pessoas ao ano (ESPAÇO DO CONHECIMENTO UFMG, 2018).

Em razão do volume expressivo de formulários a serem aplicados para composição da base de dados, o projeto de pesquisa foi submetido a um edital³ da Pró-Reitoria de Pesquisa da UFMG e aprovado, o que permitiu contar com a participação de cinco pesquisadores voluntários. A equipe para coleta de dados foi formada, então, por graduandos do curso de Turismo da universidade, acompanhados pela pesquisadora. Esse modelo também foi utilizado por Shen et al. (2020), que aplicou formulários com o auxílio de estudantes de graduação, enquanto os pesquisadores que encabeçavam a pesquisa observavam fatores qualitativos durante a coleta, que ocorreu também nos fins de semana.

2 Consideramos apenas os dados do Espaço do Conhecimento UFMG por causa da falta de dados relativos ao Museu de Ciências Naturais.

3 Edital número 01/2019. Os voluntários participaram das seguintes fases da pesquisa: aplicação dos formulários da pesquisa piloto, construção do formulário final, aplicação dos formulários e reuniões semanais para discussão teórica dos temas importantes para a análise dos dados.

A aplicação dos formulários ocorreu entre os dias 2 de novembro e 15 de dezembro de 2019, apenas nos fins de semana, quando o número de famílias em visitas aos museus é maior.

Para as análises estatísticas da base de dados, o projeto foi submetido a edital do Departamento de Estatística da UFMG, tendo sido aprovado. Assim, graduandos em Estatística orientados por professor do curso realizaram as análises estatísticas com base nos objetivos e interesses da pesquisa, produzindo gráficos, tabelas e histogramas⁴. Para tratamento estatístico do banco de dados, foi utilizado o programa R, versão 3.6.1.

APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Os dados aqui apresentados buscam traçar o perfil socioeconômico dos participantes da pesquisa, assim como refletir sobre sua percepção acerca do lazer. Identificamos que a maioria dos visitantes tem idades entre 31 e 50 anos nos dois museus (77%), conforme Tabela 1.

Tabela 1. Faixa etária dos respondentes adultos.

Espaço do Conhecimento UFMG			Museu de Ciências Naturais da PUC Minas			Geral		
Faixa etária	Frequência	%	Faixa etária	Frequência	%	Faixa Etária	Frequência	%
20 a 30	18	10,5	20 a 30	25	14,6	20 a 30	43	12,5
31 a 40	73	42,4	31 a 40	97	56,7	31 a 40	170	49,6
41 a 50	60	34,9	41 a 50	36	21,1	41 a 50	96	28
51 a 60	20	11,6	51 a 60	7	4,1	51 a 60	27	7,9
61 a 70	0	0	61 a 70	6	3,5	61 a 70	6	1,7
71 a 70	1	0,6	71 a 70	0	0	71 a 70	1	0,3
Total	172	100	Total	171	100	Total	343	1

A faixa etária majoritária é semelhante àquela encontrada em pesquisas sobre museus franceses e cariocas, que identificaram que pessoas entre 30 e 49 anos são as que mais visitam os museus, tanto de ciências quanto das demais tipologias (STUDART; JUNG; PEREIRA, 2007; JONCHERY; VAN PRAËT, 2014). De acordo com Koptcke et al. (2008), uma das justificativas podem ser as características identificadas nessa fase da vida na composição familiar, que coincide com a etapa em que, no geral, adultos têm filhos na faixa etária selecionada para a pesquisa (0 a 12 anos).

Analisando a renda mensal das famílias, conforme Tabela 2, verificamos que os dois museus apresentam semelhanças, pois a maior parte dos respondentes tem faixa de renda entre 7 e 15 salários mínimos (frequência de 30% no Espaço do Conhecimento UFMG e 31% no museu da PUC). Para cálculo dos valores, foi considerado o valor absoluto do salário mínimo no Brasil em janeiro de 2020 (R\$ 1.039). Assim, a média salarial da maioria das famílias respondentes ficou em R\$ 11.429, valor significativamente

4 De acordo com Triola (2008, p. 41), "histograma é um gráfico de barras no qual a escala horizontal representa classes de valores de dados e a escala vertical representa frequências. As alturas das barras correspondem aos valores das frequências, e as barras são desenhadas adjacentes umas às outras".

Tabela 2. Renda mensal familiar dos participantes da pesquisa.

Espaço do Conhecimento UFMG				Museu de Ciências Naturais da PUC Minas				Geral			
Faixa de renda	Valores (R\$)*	Frequência	%	Faixa de renda	Valores*	Frequência	%	Faixa de renda	Valores*	Frequência	%
Nenhuma	0	1	0,6	Nenhuma	0	0	0	Nenhuma	0	1	0,3
Até 1 salário	1.039	2	1	Até 1 salário	1.039	1	1	Até 1 salário	1.039	3	1
1 a 2 salários	1.558	15	9	1 a 2 salários	1.558	16	9	1 a 2 salários	1.558	31	9
3 a 4 salários	3.636	30	17	3 a 4 salários	3.636	33	19	3 a 4 salários	3.636	63	18
5 a 6 salários	5.714	30	17	5 a 6 salários	5.714	36	21	5 a 6 salários	5.714	66	19
7 a 15 salários	11.429	51	30	7 a 15 salários	11.429	53	31	7 a 15 salários	11.429	104	30
Acima de 15 salários	15.585	29	17	Acima de 15 salários	15.585	16	9	Acima de 15 salários	15.585	45	13
Não responderam	8.139	14	8	Não responderam	8.139	16	9	Não responderam	8.139	30	9
Total		172	100	Total		171	100	Total		343	100

*O salário mínimo considerado para esse cálculo foi de R\$ 1.039, válido para o ano de 2020. Nas faixas salariais foram consideradas as médias de cada faixa.

acima da média salarial da população brasileira, que, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020), era de R\$ 2.420 em 2017, ou R\$ 2.683,44 em 2020. No tocante à população belo-horizontina, a média salarial na cidade está um pouco acima da nacional, porém a dos respondentes da pesquisa permanece consideravelmente acima da média dos habitantes, que de acordo com o IBGE (2017) era de 3,6 salários mínimos em 2017, o que corresponde a R\$ 3.373,20 em 2017, ou R\$ 3.740,40 no ano de 2020. Verificando a renda média de visitantes de outros museus de ciência, no Rio de Janeiro, percebemos que a renda identificada é similar (STUDART; JUNG; PEREIRA, 2007), estando consideravelmente acima da nacional.

Já no que se refere ao sexo dos respondentes, conforme Tabela 3, em ambos os museus é majoritariamente feminino, com 65,7% no Espaço do Conhecimento UFMG e 66,7% no museu da PUC Minas. Esses dados assemelham-se aos do perfil encontrado na pesquisa de público realizada pelo espaço, em que 66% do público espontâneo do museu era do sexo feminino (ESPAÇO DO CONHECIMENTO UFMG, 2018). É importante pontuar que a terminologia utilizada para essa pergunta seguiu o mesmo padrão adotado pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) de 2018 (IBGE, 2019), desenvolvida pelo IBGE todos os anos, de forma a analisar comparativamente os dados.

Tabela 3. Sexo dos respondentes adultos da pesquisa.

Espaço do Conhecimento UFMG			Museu de Ciências Naturais da PUC Minas			Geral		
Sexo	Frequência	%	Sexo	Frequência	%	Sexo	Frequência	%
Feminino	113	65,7	Feminino	114	66,7	Feminino	227	66,2
Masculino	59	34,3	Masculino	57	33,3	Masculino	116	33,8
Total	172	100	Total	171	100	Total	343	100

Verificando os dados sobre o último censo demográfico realizado pelo IBGE (2010), as mulheres representam 51,03% do total da população brasileira. Assim, mesmo que sejam maioria no país, a presença feminina é ainda mais expressiva nos museus pesquisados. Esse perfil também condiz com os estudos desenvolvidos no estado do Rio de Janeiro e com pesquisas em 100 museus franceses no início dos anos 2000 (KOPTCKE et al., 2008; JONCHERY; VAN PRAËT, 2014). A majoritária presença feminina nos museus pode ter suas origens na década de 1960, quando as mulheres passaram a acessar mais o ensino superior e paulatinamente conquistaram mais espaço no mercado de trabalho. Com o tempo, as mulheres vêm atingindo níveis de escolaridade mais altos que os homens e construindo maior capital cultural (BOURDIEU; DARBEL, 2007; KOPTCKE et al., 2008).

É importante pensar que as relações de gênero impactam diretamente nas visitas familiares a museus, uma vez que o papel de educar e organizar as saídas familiares segue ainda centrado na mulher (KOPTCKE et al., 2008; SCHWAB; DUSTIN, 2015; YERKES; ROETERS; BAXTER, 2020; ONCESCU, 2021), o que pode ser uma possível justificativa ao fato de elas serem maioria entre as respondentes do estudo. Além disso, observamos que muitas participantes estavam acompanhadas de homens, porém eram elas que se prontificavam a responder aos formulários, o que pode corroborar a ideia da centralidade feminina nas famílias visitantes.

O critério de escolha para a terminologia utilizada na variável que indica cor ou raça do respondente também seguiu o padrão do IBGE na PNAD Contínua para o ano de 2018, respeitando-se a autodeclaração do respondente. Conforme Tabela 4, a maior parte dos visitantes autodeclarou-se da cor branca (50,1%) ou parda (33,8%), seguida pelas pessoas que se declararam pretas (11,1%).

Esse resultado é semelhante ao encontrado na pesquisa de público realizada pelo Espaço do Conhecimento UFMG, que verificou que 51% dos respondentes

Tabela 4. Cor ou raça do respondente.

Espaço do Conhecimento UFMG			Museu de Ciências Naturais da PUC Minas			Geral		
Cor ou Raça	Frequência	%	Cor ou Raça	Frequência	%	Cor ou Raça	Frequência	%
Branca	93	54,1	Branca	79	46,2	Branca	172	50,1
Parda	51	29,7	Parda	65	38	Parda	116	33,8
Preta	19	11	Preta	19	11,1	Preta	38	11,1
Amarela	4	2,3	Amarela	2	1,2	Amarela	6	1,7
Não desejo responder	3	1,7	Não desejo responder	2	1,2	Não desejo responder	5	1,5
Outra	2	1,2	Outra	4	2,3	Outra	6	1,7
Total	172	100	Total	171	100	Total	343	100

eram brancos e 38% pardos ou pretos (ESPAÇO DO CONHECIMENTO UFMG, 2018). Alinha-se, também, às pesquisas em museus do Rio de Janeiro, em que 49% dos visitantes dos 11 museus pesquisados em 2009 eram brancos, 30% pardos e 16% pretos (DAMICO; MANO; KOPTCKE, 2010), no entanto essa divisão não reflete a realidade da população brasileira, que, segundo a PNAD Contínua de 2018 (IBGE, 2019), era composta de 45,22% de brancos e 53,92% de pardos ou pretos. Esse é um indício da elitização dos espaços museais, uma vez que, verificando a escolaridade da população brasileira, podemos perceber que a taxa de analfabetismo entre pardos e pretos (9,1%) é significativamente superior à de brancos (3,9%) e maior nas regiões do país em que há mais autodeclarados pretos e pardos, como é caso do Nordeste (13,9%).

Com relação à escolaridade dos respondentes, os dados da Tabela 5 indicam ligeira distinção entre os dois museus, uma vez que no Espaço do Conhecimento UFMG há um volume maior de pós-graduados se comparado ao do Museu de Ciências Naturais da PUC Minas: 48,2 e 38,6%, respectivamente. Apesar disso, é comum a ambos a alta escolaridade da maioria dos participantes, pois, se somarmos aqueles que possuem ensino superior aos que possuem pós-graduação, o montante representa mais de 70% dos respondentes em ambos os museus pesquisados.

Identificou-se, assim, perfil semelhante àquele verificado nas demais pesquisas (DAMICO; MANO; KOPTCKE, 2010; ESPAÇO DO CONHECIMENTO UFMG, 2018), em que 40% dos respondentes das pesquisas realizadas no Rio de Janeiro tinham, no mínimo, ensino superior completo. Esses dados também foram verificados entre os visitantes do Circuito Liberdade, onde 47,2% dos visitantes tinham ao menos ensino

Tabela 5. Nível de escolaridade dos respondentes.

Espaço do Conhecimento UFMG			Museu de Ciências Naturais PUC Minas			Geral		
Escolaridade	Frequência	%	Escolaridade	Frequência	%	Escolaridade	Frequência	%
Fundamental incompleto	1	1	Fundamental incompleto	0	0	Fundamental incompleto	1	0,3
Fundamental completo	0	0	Fundamental completo	0	0	Fundamental completo	0	0
Médio incompleto	3	2	Médio incompleto	3	1,8	Médio incompleto	6	1,8
Médio completo	16	9	Médio completo	27	15,7	Médio completo	43	12,5
Superior incompleto	17	9,8	Superior incompleto	9	5,3	Superior incompleto	26	7,6
Superior completo	51	29	Superior completo	66	38,6	Superior completo	117	34,1
Pós-graduação	83	48,2	Pós-graduação	66	38,6	Pós-graduação	149	43,4
Sem resposta	1	1	Sem resposta	0	0	Sem resposta	1	0,3
Total	172	100	Total	171	100	Total	343	100

superior completo (ESPAÇO DO CONHECIMENTO UFMG, 2018). A escolaridade é um dos fatores que, segundo Bourdieu e Darbel (2007), mais impactam no acesso aos espaços culturais, já que a educação formal e a família influenciam diretamente na formação do capital cultural dos sujeitos, item preponderante para o acesso aos museus e formação do habitus (SETTON, 2002; DENDASCK; LOPES, 2016).

Refletindo apenas sobre aqueles que possuem ensino superior completo, os dados indicaram que 34,1% do total de respondentes tem esse nível de escolaridade, o que difere do perfil identificado pela PNAD Contínua de 2018 (IBGE, 2019), que identificou que apenas 16,5% da população brasileira possuía ensino superior completo à época.

De forma a compreender a frequência de visitas a museus das famílias participantes da pesquisa e considerando que essa frequência pode ser um indicativo sobre a importância dos museus no lazer familiar, realizaram-se algumas associações entre a frequência de visitas familiares no ano de 2019 e algumas variáveis socioeconômicas: renda familiar mensal, escolaridade da criança e cor/raça dos respondentes.

No Gráfico 1 estão indicadas as associações entre a quantidade de visitas em 2019 e a renda familiar, podendo-se inferir que, quanto maior a renda, maior o número de visitas realizadas pela família⁵. Essa constatação vai ao encontro do que Bourdieu e Darbel (2007) identificaram, uma vez que, mesmo que as visitas sejam gratuitas, há outros custos que devem ser mensurados, “tais como as despesas com transporte ou os custos implicados em qualquer saída familiar” (BOURDIEU; DARBEL, 2007, p. 42), como alimentação, por exemplo. Nesse sentido, o capital econômico coloca-se como fator que pode influenciar a frequência aos espaços pesquisados, mesmo que um deles cobre entrada e o outro não, já que, conforme indica o histograma representado no Gráfico 1, o comportamento dos visitantes é semelhante nas duas instituições.

⁵ p menor que 0,0001, que indica que a associação entre as variáveis é significativa.

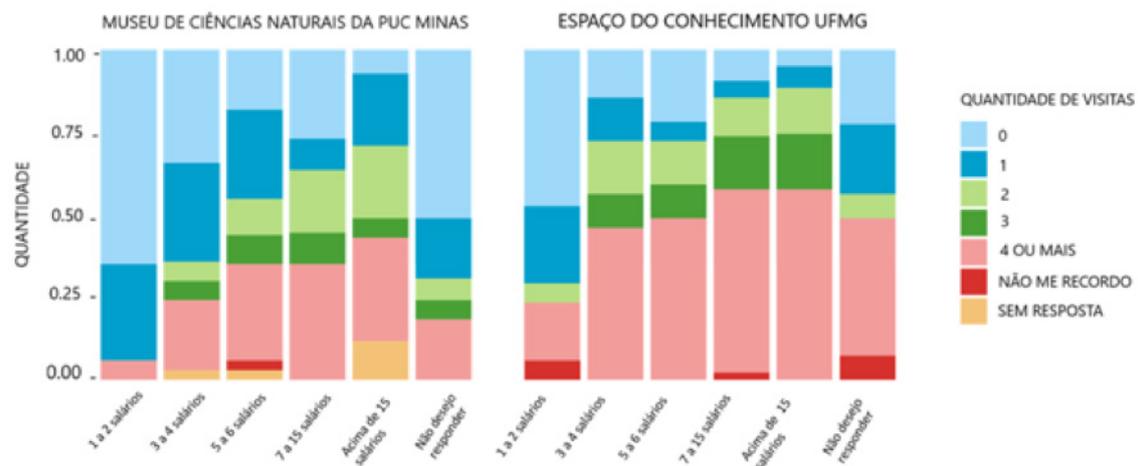


Gráfico 1. Quantidade de visitas em 2019 x renda familiar, por museu.

Segundo Bourdieu (2007), os dois principais tipos de capital são o econômico e o cultural, e é sempre mais provável que quem possua um também possua o outro, de forma progressiva e cíclica. Essa afirmação pode ser observada nos dados demonstrados no Gráfico 1, já que, à medida que aumenta a renda, a barra/cor referente ao maior número de visitas (quatro ou mais) cresce, enquanto as que representam quantidades inferiores de visitas diminuem, indicando que a associação entre as duas variáveis é significativa.

Ao relacionar-se a quantidade de visitas com a cor/raça declarada, percebe-se que a associação é significativa e que pessoas brancas têm maior tendência a visitar museus que pessoas pardas e pretas⁶, como apontado no Gráfico 2.

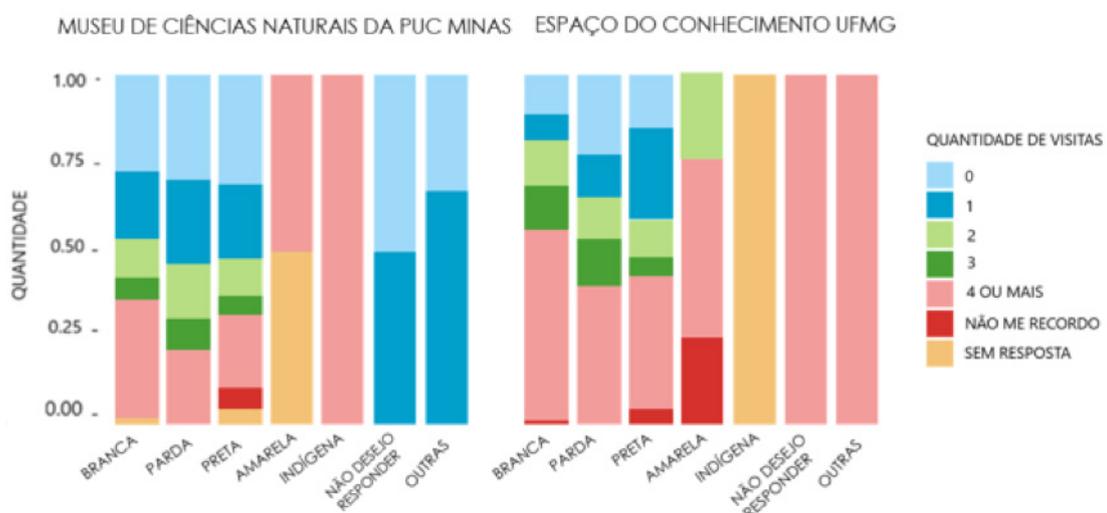


Gráfico 2. Quantidade de visitas em 2019 x cor ou raça, por museu.

⁶ $P=0,024$, indicando associação significativa entre a quantidade de visitas e cor/raça do respondente.

Esse dado pode estar ligado diretamente à renda e escolaridade, uma vez que pessoas brancas tendem a ter maiores salários que pessoas pardas ou negras, conforme Gráfico 3⁷. Dados do IBGE de 2017 indicam que, enquanto o rendimento médio mensal de brancos era R\$ 2.814, para pessoas pretas era de R\$ 1.570 e pardas de R\$ 1.606 (IBGE, 2020). Além disso, a escolaridade de pessoas brancas tende a ser maior que a das demais, dado diretamente associado à renda.

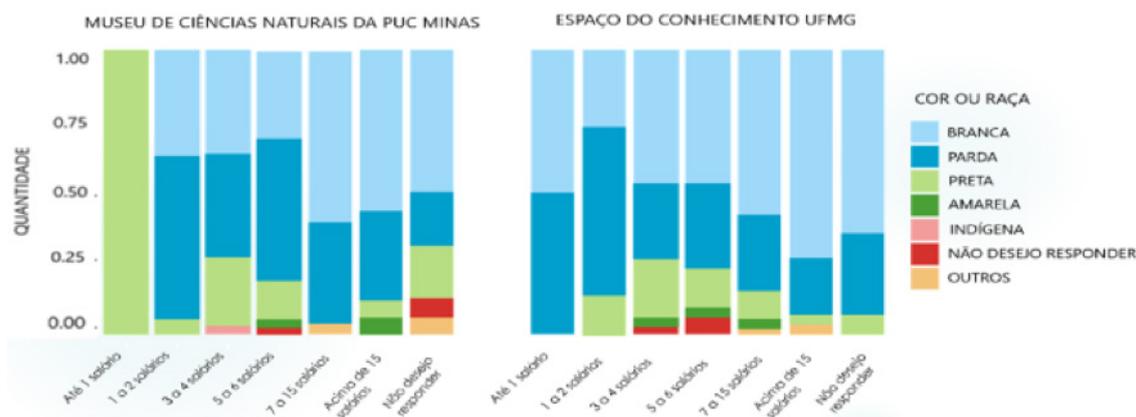


Gráfico 3. Relação entre cor/raça e renda mensal, por museu.

Bourdieu e Darbel (2007) e Mantecón (2009) indicam que, quanto maior é o número de anos de escolaridade, maiores são a renda e a chance de o indivíduo frequentar museus. Como no Brasil a escolaridade dos brancos é consideravelmente superior à dos demais, esse fator pode influenciar na frequência aos museus. Também, o número de anos de estudo impacta diretamente na renda: quanto maior a escolaridade, maiores os salários, como é possível ver no Gráfico 4⁸. Passos (2010) afirma que essa desigualdade é fruto do racismo estrutural da sociedade brasileira, que se

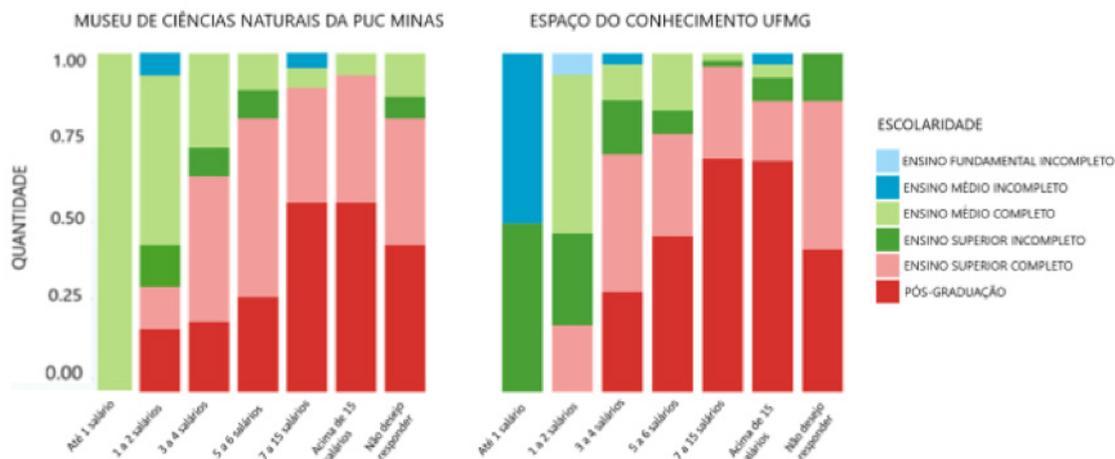


Gráfico 4. Relação entre renda familiar e escolaridade, por museu.

7 P=0,002, que indica significância na relação entre as variáveis cor/raça e renda.

8 P=0,0004, que indica associação entre as variáveis.

materializa nas desigualdades de acesso à cultura e à educação, com consequentes impactos na renda mensal dos pretos e pardos.

Oncescu (2021) realizou pesquisa sobre o lazer de famílias de baixa renda no Canadá e identificou aspectos semelhantes àqueles aqui identificados: famílias de baixa renda e baixa escolaridade, principalmente aquelas em que há apenas um adulto provedor, enfrentam muitas barreiras no acesso ao lazer. Além de barreiras financeiras, a pesquisadora identificou que muitas dessas famílias nem sabem da possibilidade de acessar equipamentos e atividades de lazer familiar.

Pessoas com renda e escolaridade mais baixa tendem a ter capitais menos complexos, não possuindo os códigos necessários para a interação com campos que não são familiares a elas. Segundo a teoria do *habitus*⁹, é preciso deter determinados códigos para interagir nos campos¹⁰, como por exemplo o dos museus. Esses códigos só seriam adquiridos com a frequência aos espaços, criando-se um ciclo: quem não frequenta museus tende a não adquirir os códigos para a interlocução com eles e, por conseguinte, os frequentará menos.

Quando perguntados sobre a percepção do museu como espaço de lazer e de aprendizagem, conforme dados das Tabelas 6 e 7, as respostas são semelhantes nos dois locais pesquisados. Os entrevistados relataram serem ambos espaços tanto de lazer quanto de aprendizagem, dando indícios da relação entre lazer e aprendizagem nos museus.

Tabela 6. Museus como espaço de lazer.

Espaço do Conhecimento UFMG			Museu de Ciências Naturais PUC Minas			Geral		
	Frequência	%		Frequência	%		Frequência	%
Sim	164	95,3	Sim	164	95,9	Sim	328	95,6
Não	6	3,5	Não	6	3,5	Não	12	3,5
Não sei	2	1,2	Não sei	1	0,6	Não sei	3	0,9
Total	172	100	Total	171	100	Total	343	100

Tabela 7. Museus como espaço de aprendizagem.

Espaço do Conhecimento UFMG			Museu de Ciências Naturais PUC Minas			Geral		
	Frequência	%		Frequência	%		Frequência	%
Sim	169	98,2	Sim	171	100	Sim	340	99,1
Não	1	0,6	Não	0	0	Não	1	0,3
Não sei	2	1,2	Não sei	0	0	Não sei	2	0,6
Total	172	100	Total	171	100	Total	343	100

9 Formado pela soma de todos os tipos de capital que o agente social possui, sendo constantemente reconstruído pela trajetória social do indivíduo (BRANDÃO, 2010).

10 Segundo Brandão (2010, p. 231), o campo é um local de constante disputa para “conservar ou transformar as relações de forças ali presentes”.

Os museus e centros de ciências podem ser entendidos como importante ferramenta para o processo de alfabetização científica, entendido aqui não de forma estanque, mas de maneira contínua, de acordo com o apontado por Marandino et al. (2018). Para as autoras, “o objetivo da alfabetização científica é formar cidadãos, e não preparar futuros especialistas; para tanto, é necessária a imersão dos estudantes em uma cultura científica, o que supera o ensino focado em aspectos estrita e exclusivamente conceituais” (MARANDINO et al., 2018, p. 5). Assim, é importante que a divulgação científica seja múltipla e que o contato com ela não seja apenas por meio da escola, mas também de museus, zoológicos, jardins botânicos, parques etc.

Chama a atenção o resultado obtido no museu da PUC no que tange à aprendizagem, em que 100% responderam positivamente. Esse entendimento pode ser uma das justificativas para o alto índice de respostas no tocante à participação em atividades educativas para as crianças quando visitam os museus (74,9% do total de participantes da pesquisa).

Segundo Brandão (2010), indivíduos de classes mais baixas, com rendas inferiores, tendem a ser expostos a uma gama menor de capital (cultural, escolar, econômico, político, social etc.), o que diminui a chance de formação de habitus mais complexos que possibilitem o trânsito entre campos. Como eles já não frequentam museus, em razão de diversos fatores, entre eles baixa renda e escolaridade, fica mais difícil o entendimento dos museus como espaços de lazer, uma vez que não possuem códigos que os permitam interagir com os conteúdos e as ações de espaços culturais.

Em busca de tentar entender a percepção dos museus como espaços de lazer, foram feitas análises de regressão que relacionaram a pergunta “Você considera esse museu um espaço de lazer?” às variáveis que indicavam cor/raça, sexo e escolaridade dos respondentes. Com base nelas, identificamos que a maior parte dos que não percebem o museu como espaço de lazer é homem, preto ou pardo (Gráfico 5) e com ensino médio incompleto. Essa constatação vai ao encontro das pesquisas de Bourdieu e Darbel (2007), que apontam que o nível de escolaridade impacta diretamente na percepção dos museus, assim como das pesquisas de Soutto Mayor e Isayama (2017) a respeito daqueles que praticam o lazer intelectual.

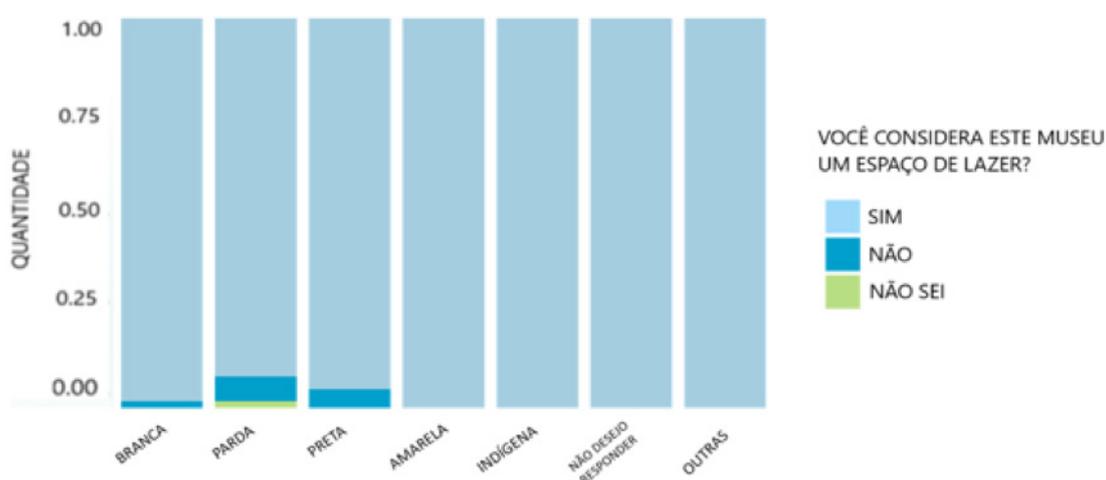


Gráfico 5. Cor/raça e as percepções do museu como espaço de lazer.

As visitas de fins de semana aos museus estão inseridas no lazer intelectual, praticado por uma pequena parte da população brasileira com alta escolaridade e renda (SOUTTO MAYOR; ISAYAMA, 2017). Soutto Mayor e Isayama (2017) indicam que, mesmo que o percentual de pessoas interessadas ou que efetivamente praticam essa tipologia de lazer seja muito baixo, ele aumenta à medida que aumentam o grau de escolaridade e a renda, uma vez que, segundo a pesquisa, a maior parte dos interessados tem, no mínimo, ensino médio completo.

Ainda para Soutto Mayor e Isayama (2017), o baixo interesse em bibliotecas, pinacotecas e museus está diretamente relacionado ao pouco incentivo por parte do poder público e das escolas, que não incluem essas práticas como fundamentais para a formação integral do cidadão. Assim, aqueles indivíduos que não herdaram das famílias a prática de visitar museus e sem o incentivo das escolas dificilmente o farão em seus momentos de lazer, pois família e escola são, segundo Bourdieu (2007) as duas principais esferas de desenvolvimento do capital cultural e intelectual. Nessa mesma linha, Bourdieu (2007) aponta que as vantagens e desvantagens em educação e cultura são cumulativas, assim como os obstáculos.

Em pesquisa sobre o lazer do brasileiro, Pedrão e Uvinha (2017) apontam que não apenas a educação e a escolaridade influenciam diretamente nas escolhas para usufruto do tempo livre, mas também a renda e a cor/raça, variáveis intrinsecamente ligadas. Segundo eles, o baixo nível de escolaridade dos brasileiros faz com que os indivíduos, em geral, não tenham uma visão crítica sobre o lazer.

Quanto maior o nível de escolaridade dos brasileiros entrevistados, maiores opções de lazer aparecem em suas preferências. [...] A educação e a escolaridade são, portanto, um dos caminhos para que as práticas e vivências em lazer possam ser realizadas de maneira voluntária e, ao mesmo tempo, consciente (PEDRÃO; UVINHA, 2017, p. 39-40).

Por meio da educação, as pessoas passam a ter consciência das múltiplas formas de lazer possíveis, tendo mais chances de incluí-las em suas escolhas, como é o caso dos museus e demais espaços de lazer intelectual. Dessa maneira, a escolaridade pode ser mais uma das barreiras enfrentadas pelos brasileiros para a fruição do lazer, mesmo que ele seja um direito garantido pela Constituição Brasileira de 1988 (GOMES, 2008; ISAYAMA; STOPPA, 2017), o que faz com que o acesso a esse tipo de atividade varie e esteja atrelado à classe social de cada indivíduo. Essa constatação é possível de ser percebida no Gráfico 6, que indica que a maior parte dos respondentes que não percebem o museu como espaço de lazer tem escolaridade mais baixa.

Àqueles que indicaram o museu como espaço de lazer, maioria entre os respondentes, foi perguntado o porquê. Com as respostas, foi produzida a nuvem de palavras representada na Figura 1, em que vemos que a maior ocorrência de palavras foi o termo conhecimento, seguido das palavras lazer e criança. Assim, vemos que a aquisição de conhecimento está diretamente relacionada à inclusão de museus em momentos de lazer, apontando para a clara relação entre lazer e aprendizagem.

Identificamos que o perfil das famílias que visitavam os dois museus pesquisados é semelhante, com diferenças sutis na escolaridade e idade dos respondentes. Verificando estudos de público de outras instituições no Brasil e na França (BOURDIEU; DARBEL, 2007; KOPTCKE et al., 2008; DAMICO; MANO; KOPTCKE, 2010; JONCHERY; VAN PRAËT, 2014; IEPHA-MG, 2017; ESPAÇO DO CONHECIMENTO UFMG, 2018), foi possível perceber que o perfil aqui apontado é semelhante.

A maior parte das respondentes é do sexo feminino, entre 34 e 44 anos, autodeclara-se branca e com renda familiar média apurada entre sete e 15 salários mínimos mensais. Verificamos que, quanto maior a renda, maior o número de visitas realizadas pela família e que pessoas brancas têm maior tendência a visitar museus em momentos de lazer. Então se vê o capital econômico influenciando na aquisição de capital cultural e nas escolhas de lazer familiar, já que pessoas pretas e pardas tendem a ter salários e escolaridade inferiores aos de pessoas brancas.

Isso nos leva a indicar que, mesmo após séculos da existência de museus, a diversidade de temas e o incentivo à construção de novos museus – principalmente a partir dos anos 2000 –, eles seguem como instituições elitizadas, com pouco diálogo efetivo com a maior parte da população. É preciso que as instituições museais e acadêmicas do campo se debrucem sobre o desafio de democratizar o acesso a museus, refletindo acerca de suas práticas e formas de atuação. Nos últimos anos, percebe-se o movimento de descentralização de investimentos nas leis de incentivo cultural¹¹, porém ainda não é o suficiente para que o acesso seja democrático ou que as diversas formas de manifestação cultural sejam representadas e recebam recursos de forma proporcional. Um exemplo disso, no caso dos museus, é a permanência da centralidade dos museus nas regiões Sudeste e Sul, com a maior parte dos equipamentos instalados nas capitais.

Conforme afirma Bourdieu (2007), o capital cultural é cumulativo, atravessa gerações e aumenta pouco a pouco. Assim, dificilmente as famílias que não possuem o hábito de frequentar museus conseguirão incentivar esse hábito nas crianças, já que elas mesmas não o fazem. Nas respostas discursivas, quando os respondentes foram questionados sobre o porquê de considerarem o museu como espaço de lazer e de aprendizagem, as respostas repetiam-se. O caráter de aprendizado, de agregar conhecimento para a construção do futuro da criança ao visitar museus estava presente em parte significativa das respostas obtidas.

É importante sinalizar que os dados apontam para reflexões múltiplas, como, por exemplo, as políticas públicas de acesso a espaços culturais como fator preponderante para modificar e ampliar o acesso de pessoas pretas e pardas, de população periférica, de baixa escolaridade, baixa renda, entre outros. A mobilidade urbana, a gentrificação, a centralidade (ou não) dos museus podem ser objetos de pesquisas futuras que tragam mais elementos para entender o lugar dos museus no lazer

11 Têm sido frequentes mecanismos que pontuam com maiores notas projetos que não sejam executados em capitais e/ou regiões metropolitanas, assim como o incentivo à execução de projetos em regiões periféricas com baixos índices de desenvolvimento humano e de projetos culturais. Um bom exemplo é o edital de 2020 da Lei Municipal de Incentivo à Cultura de Belo Horizonte, disponível em: <https://prefeitura.pbh.gov.br/cultura/editais/lmic-2020-if>. Acesso em: 13 jun. 2022.

familiar e, ainda, propostas para a ampliação do número de pessoas que praticam o lazer intelectual, ainda tão restrito.

Ainda, pontua-se que sem políticas públicas efetivas que viabilizem não apenas a gratuidade de entrada, mas também transporte e circulação urbana acessível, dificilmente será possível ampliar a frequência de visitas aos museus e centros culturais. Além disso, faz-se relevante repensar a forma como os museus e exposições se estruturam, de modo que a diversidade faça parte das exposições e dê voz a culturas que atualmente não se veem representadas. Essa representação diversa pode ser ponto significativo para fomentar visitas a museus, assim como programas educativos robustos e parcerias com escolas públicas que levem as crianças a museus e os apresentem como possibilidade de lazer, entretenimento e aprendizagem, gerando a noção de pertencimento e apropriação das crianças em relação aos museus.

Lahire (2003), ao refletir sobre o capital cultural, levanta uma importante discussão sobre a diferença entre desigualdade e diferença social. Para ele, não necessariamente uma diferença se torna desigualdade. Isso só ocorre quando a sociedade percebe que a diferença não é justa, não é correta e que uma parcela das pessoas é privada de acesso ou direitos.

Com isso, estende-se a reflexão para a área da cultura e as desigualdades de acesso aos espaços museais. O acesso a esses espaços começa a ser percebido, a partir de fins do século XX, como desigualdade, uma vez que grupos sociais notam que o acesso a esses espaços é privilégio de alguns poucos e que outros tantos estão alijados desse espaço, seja pela dificuldade no acesso, seja por não conseguirem dialogar com esses espaços por causa de defasagens culturais históricas.

Ainda há um longo caminho a percorrer para que o acesso aos museus seja amplo e que a aprendizagem que eles possibilitam seja acessível a um volume maior de pessoas. Há muito que se fazer e compreender no tocante aos museus e suas relações com a comunidade, como são percebidos e em que momento estão (ou não) incluídos no lazer familiar.

Muitas mudanças ocorreram no cenário dos museus, da aprendizagem e do lazer durante o desenvolvimento deste trabalho. Vivemos um momento de incertezas perante a pandemia de COVID-19, que assola o Brasil e o mundo, o que tem feito com que as áreas tenham de repensar esse e muitos outros temas. Os museus foram fechados, o lazer passou a ser restrito ao espaço domiciliar e virtual. O novo cenário desafiou as instituições de ensino e cultura a desenvolverem formas de acessar e manter seus públicos, a distância. Essas novas formas de relação e as incertezas do novo normal seguramente deverão ser consideradas nas pesquisas que estão por vir, tanto no âmbito do lazer como no da museologia e da educação.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, A. M. **Museus e coleções universitários**: por que museus de arte na Universidade de São Paulo. 2001. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

ALMEIDA, A. M. Os públicos de museus universitários. **Revista do Museu de Arqueologia e Etnologia**, São Paulo, n. 12, p. 205-217, 2002. <https://doi.org/10.11606/issn.2448-1750.revmae.2002.109446>

BOUKAS, N. Young visitors' perceptions towards cultural destinations: the case of Delphi. **Annals of Leisure Research**, Nova Zelândia, v. 10, n. 3-4, p. 431-453, 2007. <https://doi.org/10.1080/11745398.2007.9686775>

BOURDIEU, P. A escola conservadora: as desigualdades frente à escola e à cultura. In: NOGUEIRA, M. A.; CATANI, A. (org.). **Pierre Bourdieu: escritos de educação**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 39-64.

BOURDIEU, P.; DARBEL, A. **O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2007.

BRANDÃO, Z. Operando com conceitos: com e para além de Bourdieu. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 36, n. 1, jan.-abr. 2010. <https://doi.org/10.1590/S1517-97022010000100003>

CHAGAS, M. de S. Museus, memórias e movimentos sociais. **Cadernos de Sociomuseologia**, v. 41, n. 41, p. 5-15, 2012. Disponível em: <https://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/2654>. Acesso em: 2 fev. 2020.

COELHO, T. **A cultura e seu contrário: cultura, arte e política pós-2001**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

DAMICO, J. S.; MANO, S. M. F.; KOPTCKE, L. S. **Quem são e o que pensam os visitantes do Museu da Vida**. Rio de Janeiro: Museu da Vida/Casa de Oswaldo Cruz/Fiocruz, 2010. (Cadernos do Museu da Vida, v. 3.)

DEGELO, M. I. O público de museu: um pequeno diagnóstico. **Revista Estética**, São Paulo, n. 1, 2009. Disponível em: <http://citrus.uspnet.usp.br/estetica/index.php/anteriores/78-revista-1/64-2009-1-art3>. Acesso em: 26 fev. 2020.

DENDASCK, C. V.; LOPES, G. F. Conceito de habitus em Pierre Bourdieu e Norbert Elias. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, v. 3, n. 5, p. 1-10, maio 2016.

DESVALLÉES, A.; MAIRESSE, F. (org.). **Conceitos-chave de museologia**. Belo Horizonte: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus, Superintendência de Museus e Artes Visuais, Secretaria de Estado de Cultura, 2016.

ESPAÇO DO CONHECIMENTO UFMG. **Pesquisa de público 2017**. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2018. Disponível em: <https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/wp-content/uploads/2018/01/Pesquisa-de-P%C3%BAblico-2017-2.pdf>. Acesso em: 21 maio 2020.

FARIA, D. M. C. P. Investigação sobre o visitante de museus de arte: uma comparação Brasil e Espanha. **Via@ Tourism Review**, v. 7, 2015. <https://doi.org/10.4000/viatourism.641>

GOMES, A. M. Aprender a cultura. In: LOUREIRO, M. H. M.; FIGUEIREDO, B. G. **Cultura e educação: parceria que faz história**. Belo Horizonte: Mazza, Instituto Cultural Flávio Gutierrez, 2006. p. 29-43.

GOMES, C. L. **Lazer, trabalho e educação: relações históricas, questões contemporâneas**. 2. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Belo Horizonte**. Brasil: IBGE, 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/belo-horizonte/panorama>. Acesso em: 10 maio 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Brasil em síntese: população**. Brasil: IBGE, 2010. Disponível em: <https://brasilemsintese.ibge.gov.br/populacao/distribuicao-da-populacao-por-sexo.html>. Acesso em: 10 maio 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **IBGE Educa**. Brasil: IBGE. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/criancas/brasil/2848-nosso-povo/19626-trabalho-e-rendimento.html>. Acesso em: 5 maio 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **IBGE Educa: quantidade de homens e mulheres**. Brasil: IBGE, 2019. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18320-quantidade-de-homens-e-mulheres.html>. Acesso em: 7 maio 2020.

INSTITUTO ESTADUAL DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO DE MINAS GERAIS (IEPHA-MG). **Pesquisa de Público do circuito Liberdade 2016**. Belo Horizonte: IEPHA-MG, 2017. Disponível em: <https://www.dropbox.com/s/1hysff128w6vtun/CCPL-Pesquisa%20de%20P%C3%BAblico%202016.pdf?dl=0>. Acesso em: 13 jun. 2022.

ISAYAMA, H. F.; STOPPA, E. A. Introdução. In: ISAYAMA, H. F.; STOPPA, E. A. (org.). **Lazer no Brasil: representações e concretizações das vivências cotidianas**. Campinas: Autores Associados, 2017. p. 3-18.

JONCHERY, A.; VAN PRAËT, M. Ir com a família ao museu: otimizar as negociações. In: ELDELMAN, J.; ROUSTAN, M.; GOLDSTEIN, B. (org.). **O lugar do público: sobre o uso de estudos e pesquisas pelos museus**. São Paulo: Iluminuras, Itaú Cultural, 2014. p. 161-176.

KOPTCKE, L. S. Público, o X da questão? A construção de uma agenda de pesquisa sobre os estudos de público no Brasil. **Museologia & Interdisciplinaridade**, Brasília, v. 1, n. 1, p. 209-235, jan.-jul. 2012. <https://doi.org/10.26512/museologia.v1i1.12643>

KOPTCKE, L. S.; CAZELLI, S.; LIMA, J. M.; MARINO, L. L. A presença feminina nos museus: perfil sociocultural e modalidades de visita. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 32., 2008. **Anais [...]**. Caxambu, 2008. Disponível em: <https://anpocs.com/index.php/encontros/papers/32-encontro-anual-da-anpocs/gt-27/gt29-8>. Acesso em: 21 maio 2020.

LAHIRE, B. Crenças coletivas e desigualdades culturais. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 24, n. 84, p. 983-995, set. 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v24n84/a12v2484.pdf>. Acesso em: 3 abr. 2020.

LOPES, R. A. **Vamos ao museu hoje?** Lazer e educação em visitas mediadas. Dissertação (Mestrado em Estudos do Lazer) – Programa de Pós-Graduação em Estudos do Lazer, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014.

MACEDO, L. S. L. **Lazer e aprendizagem: interseções a partir de visitas familiares a museus de ciências**. Dissertação (Mestrado em Estudos do Lazer) – Programa de Pós-Graduação em Estudos do Lazer, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2020.

MANTECÓN, A. R. O que é o público? **Revista Poiésis**, Niterói, v. 10, n. 14, p. 175-215, dez. 2009. Disponível em: <http://periodicos.uff.br/poiesis/article/view/27078>. Acesso em: 16 fev. 2020. <https://doi.org/10.22409/poiesis.1014.173-213>

MARANDINO, M.; NORBERTO ROCHA, J.; CERATI, T. M.; SCALFI, G.; OLIVEIRA, D.; FERNANDES LOURENÇO, M. **Ferramenta teórico-metodológica para o estudo dos processos de alfabetização científica em ações de educação não formal e comunicação pública da ciência: resultados e discussões**. Brasil: JCOM, 2018. 24 p.

MOREIRA JÚNIOR, N.; KUPERMAN, P. de S. O visitante do século XXI: uma pesquisa de público do MNBA. **Museologia e Patrimônio**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 103-132, 2012.

ONCESCU, Jackie. Addressing the funding gaps in recreation access provisions: the role of leisure education. **Managing Sport and Leisure**, v. 26, n. 4, p. 245-258, 2021. <https://doi.org/10.1080/23750472.2020.1761866>

PASSOS, J. C. dos. **Juventude Negra na EJA: os desafios de uma política pública**. 339f. Tese (Doutorado em Educação) – Centro de Ciência da Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

PEDRÃO, C. C.; UVINHA, R. R. O lazer do brasileiro: discussão dos dados coletados em escolaridade, renda, classes sociais e cor/raça. In: ISAYAMA, H. F.; STOPPA, E. A. (org.). **Lazer no Brasil: representações e concretizações das vivências cotidianas**. Campinas: Autores Associados, 2017. p. 37-47.

SCHWAB, K. A.; DUSTIN, D. L. Towards a model of optimal family leisure. **Annals of Leisure Research**, v. 18, n. 2, p. 180-204, 2015. <https://doi.org/10.1080/11745398.2015.1007881>

SETTON, M. da G. J. A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. **Revista Brasileira de Educação**, n. 20, p. 60-70, maio-ago. 2002. <https://doi.org/10.1590/S1413-24782002000200005>

SHEN, H.; WU, M.-Y.; WALL, G.; TONG, Y. Craft museum visitors' interactive experiences, benefits and behavioural intentions: perspectives of Chinese parents. **Leisure Studies**, v. 39, n. 3, p. 355-371, 2020. <https://doi.org/10.1080/02614367.2019.1696390>

SOUTTO MAYOR, S. T.; ISAYAMA, H. F. O lazer do brasileiro: sexo, estado civil e escolaridade. In: ISAYAMA, H. F.; STOPPA, E. A. (org.). **Lazer no Brasil: representações e concretizações das vivências cotidianas**. Campinas: Autores Associados, 2017. p. 19-36.

STUDART, D. C.; JUNG, T.; PEREIRA, M. Pesquisa de público no museu da vida e outros museus de ciência no Rio de Janeiro: quem são seus visitantes? In: REUNIÓN DE LA RED DE POPULARIZACIÓN DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGIA EM AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, 10., 2007. **Anais [...]**. San José, 2007.

TRIOLA, M. F. **Introdução à estatística**. 10. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

VEAL, A. J. **Metodologia de pesquisa em lazer e turismo**. São Paulo: Aleph, 2011. 542 p.

YERKES, M. A. ROETERS, A.; BAXTER, J. Gender differences in the quality of leisure: a cross-national comparison. **Community, Work & Family**, v. 23, n. 4, p. 367-384, 2020. <https://doi.org/10.1080/13668803.2018.1528968>

Sobre os autores

Luiza de Souza Lima Macedo: Doutoranda em Estudos do Lazer pela Universidade Federal de Minas Gerais.

Diomira Maria Cicc Pinto Faria: Doutora em Economia pela Universidade Federal de Minas Gerais, no Doutorado de Economia do Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional, e pela Universidad de Alicante, Espanha. Professora adjunta do Departamento de Geografia da Universidade Federal de Minas Gerais.

Conflito de interesses: nada a declarar – **Fonte de financiamento:** nenhuma.

Contribuições dos autores: Macedo, L. S. L.: Conceituação, Curadoria de Dados, Análise Formal, Investigação, Metodologia, Escrita — Primeira Redação. Faria, D. M. C. P.: Validação, Escrita — Revisão e Edição, Curadoria de Dados, Metodologia.

