



OSCAR GERARDO
HERNÁNDEZ LARA

ORCID

Universidad Autónoma de
Baja California

oscar.hernandez18@uabc.edu.mx

BENJAMIN TONEY

ORCID

University of Southern
California

btoney@usc.edu

RECIBIDO

21 enero 2021

APROBADO

14 julio 2021

PUBLICADO

19 de noviembre 2021

Los museos como espacios sociales y culturales para el envejecimiento activo: evidencia, desafíos y oportunidades

RESUMEN: Este trabajo aborda el acceso de adultos mayores de México a los museos como espacios culturales. Se analiza el acceso, uso y conocimiento que tienen respecto a ellos. El análisis se realiza bajo las siguientes variables: origen rural o urbano, tiempo de traslado, género, nivel educativo, entre otras. La base de datos utilizada es las Estadísticas de Museos del año 2017 (INEGI) y se usó el método de cruce de variables. Se accedió a la base de datos Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas para cruzar información estadística con los puntos georreferenciados de museos en todo el país. El trabajo agrega dos dimensiones de estudio diferentes, 1) a los estudios del envejecimiento y vejez, al comprobar la movilidad, intereses culturales y la conectividad social de los adultos mayores y, 2) a los estudios sobre museos y espacios culturales, al demostrar la persistencia del acceso e interés de los adultos mayores.

PALABRAS CLAVE: Museos; personas adultas mayores; vinculación social; México; acceso a espacios culturales.

Museums as social and cultural spaces for active ageing: evidence, challenges, and opportunities

ABSTRACT: The work addresses access to Museums as cultural spaces by older adults in Mexico. The access, use, and knowledge they have regarding museums are analyzed. The analysis is carried out by rural or urban origin, travel time, gender, education levels, among other variables. The database used is the Museum Statistics for 2017 published by INEGI in 2018 and the method used consisted of crossing variables. The National Statistical Directory of Economic Units database was accessed to cross-check statistical information with georeferenced points of museums throughout the country. The work adds two different dimensions of study, 1) to the studies of aging and old age, when verifying the mobility, cultural interests and social connectivity of the elderly and, 2) to the studies on museums and cultural spaces, by demonstrating the persistence of access and interest on the part of older adults.

KEYWORDS: Museums; Elderly; Social Connectedness; México; access to cultural spaces.



CÓMO CITAR

Hernández, O. y Toney B. (2021). Los museos como espacios sociales y culturales para el envejecimiento activo: evidencia, desafíos y oportunidades. *Culturales*, 9, e588. <https://doi.org/10.22234/recu.20210901.e588>

Introducción. Contexto de las nuevas geografías vitivinícolas

Aproximadamente el 10% de la población de México es mayor a 60 años de edad – y se espera que la cifra bruta continúe aumentando a medida que los grupos de edad envejecan. Este grupo demográfico aumentó de 3.5% a 10.4% de la población total entre los años 1900 y 2015 cuando alcanzaron las 12 millones de personas, un cambio demográfico trascendental en la distribución por edades. El índice de envejecimiento – el número de adultos mayores - personas de 60 años y más - por cada 100 niños – aumentó de 16 en 1990 a 21 en el 2000 y alcanzó el 31 en 2015. La media en edad ha aumentado de 19 en 1950 a 23 en el 2000 y 27 en el 2015 (INEGI, 2015). La Ciudad de México es el estado más envejecido con una edad media de 33, mientras que Chiapas es la más joven con una edad media de 23 años. El cambio demográfico de México es altamente estudiado por sus consecuencias esperadas y futuros desafíos (Ham, 1999; Partida, 2005). A medida que aumenta la esperanza de vida de las personas, le acompañan los cambios sociales, institucionales, y culturales necesarios para asegurar que los habitantes mayores de México puedan sobrevivir y prosperar.

Un componente de gran importancia para esa capacidad consiste en el acceso a espacios culturales a favor de actividades recreativas, educativas y sociales que estos lugares pueden aportar. Así pues, los museos poseen potencial de desempeñar un papel muy importante en el apoyo a las necesidades de envejecimiento de las personas mayores. Analizamos datos del 2017, de la base de datos de la estadística de museos gestionada y publicada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía de México (INEGI). La base de datos está compuesta por datos que fueron obtenidos por personal del museo durante visitas, así como características sobre instituciones museísticas. La información muestra cómo adultos mayores pueden hacer uso de los museos a comparación de adultos jóvenes y, a su vez, genera preguntas importantes para el diseño de programas e instituciones que apoyen de manera efectiva el envejecimiento activo.

El envejecimiento activo es un marco oportuno por las razones mencionadas anteriormente. Mientras que la población global envejece debido al desarrollo del acceso a la salud y alimentos, muchas sociedades ahora se enfrentan a poblaciones de personas

mayores más grandes con distintas necesidades sociales y culturales. En este artículo, buscamos caracterizar el acceso a museos y usar patrones de adultos mayores a nivel nacional, y compararlos a los patrones de adultos jóvenes. También disgregamos algunos patrones de uso de personas mayores por género, (según la encuesta como una variable binaria entre hombres y mujeres). Tenemos la hipótesis de que el uso de museos por adultos mayores de 60 y más, difiere constantemente del uso del mismo por adultos jóvenes entre las edades de 18 a 59. En referencia a las variables de dimensión social, esperábamos que los adultos mayores tuvieran menos probabilidad en haber recibido estímulo familiar para el consumo cultural, más en ser visitantes primerizos, y en visitar museos solos (en relación al aislamiento social), y más probabilidades en tener menos estudios que sus compañeros adultos más jóvenes.

En cuanto a variables de dimensión de acceso, esperamos mayor dependencia en transporte público y traslados en caminata por parte de los adultos más jóvenes, mayor tiempo de viaje por adultos mayores, y menores tasas de participación por parte de adultos rurales de mayor edad, en comparación con adultos rurales más jóvenes, debido a una combinación de diferencias en el acceso al transporte y en capacidades corporales entre residentes mayores. A efectos del presente artículo, no explicaremos definitivamente las razones de las diferencias observadas, pero podemos sugerir posibles explicaciones y vías para una investigación más profunda. En base a los patrones observados, las instituciones museísticas podrían considerar programas especializados y consideraciones de servicio para apoyar funciones de envejecimiento activo para atraer clientes mayores y crear espacios que adultos mayores puedan utilizar para incrementar su conexión social y envejecimiento activo. La tabla 1 muestra hipótesis basadas en las variables que estudiamos, agrupadas de acuerdo al marco de trabajo del envejecimiento activo propuesto por la Organización Mundial de la Salud (2002).

Tabla 1. Hipótesis basada en las dimensiones del envejecimiento activo.

Dimensión del envejecimiento activo	Hipótesis		
	Variable de la encuesta	Adultos jóvenes	Adultos mayores
Social	Estímulo familiar	Más probable	Menos probable
	1ra visita	Menos probable	Más probable
	Visita en solitario	Menos probable	Más probable
Personal	Razón de la visita	Aprendizaje	Acompañamiento
	Alto nivel educativo	Más probable	Menos probable
	Método de descubrimiento	Familia/Internet	Relacional
	Uso de servicios	Exhibición	Exhibición
	Aprendizaje reportado	Probablemente mayor	Probablemente menor
Físico	Visitantes rurales	Probablemente mayor	Probablemente menor
	Tiempo recorrido	Probablemente menor	Probablemente mayor
	Duración de la visita	Probablemente mayor	Probablemente menor
	Modo de transporte	Más transporte	Más auto

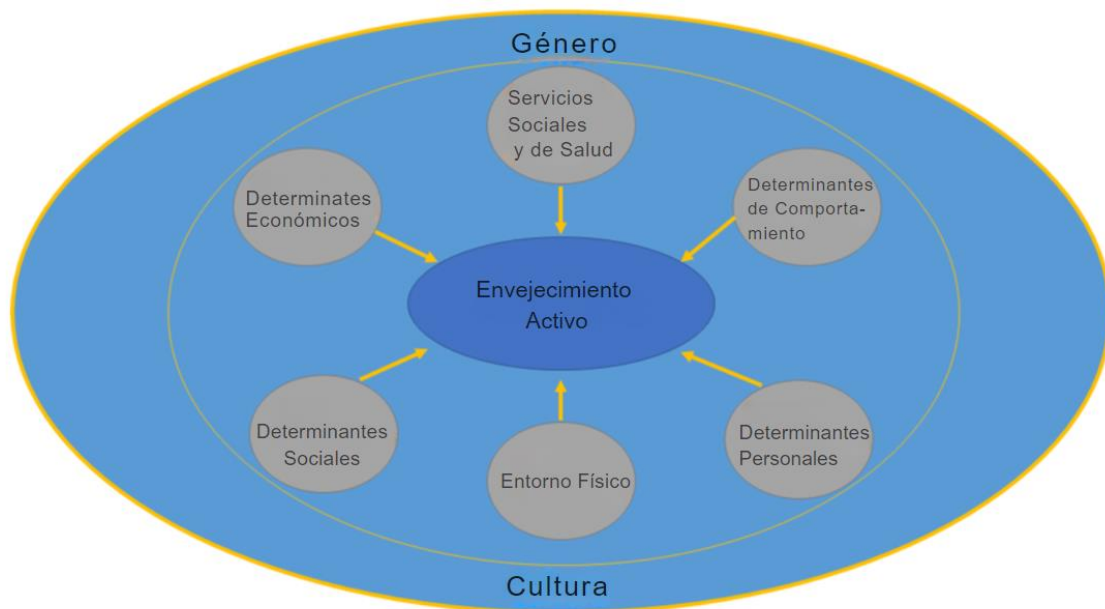
Fuente: basado en la OMS (2002)

Revisión de literatura

El envejecimiento activo, como novela y paradigma prominente dentro de los estudios sobre el envejecimiento, ofrece varios enfoques analíticos (OMS, 202; Walker, 2009; ILC, 2015; Ramos *et al.*, 2016; Salazar-Barajas *et al.*, 2017), pero generalmente se centra en la perspectiva en la cual el envejecimiento es una parte positiva e importante de la vida, al contrario de estudios y enfoques anteriores en los cuales el envejecimiento está más asociado con la muerte y la deterioración (Fernández-Ballesteros *et al.*, 2013). La Organización Mundial de la Salud (OMS) define el “envejecimiento activo” como “el proceso de optimización y oportunidades para la salud, aprendizaje eterno, participación, y seguridad de mejorar la calidad de vida de las personas a medida que envejecen” (OMS, 2002: 12). Para especificar a más profundidad, optimizar la salud incluye el estado de la salud física, salud mental, y conexión social. Algunos resultados sugieren que las intervenciones sociales en aislamientos sociales podrían mejorar el apoyo social

estructural, apoyo social funcional, soledad, y salud mental y física (Dickens *et al.*, 2011). En su reporte de 2002, *Envejecimiento Activo*. El marco político de la Organización Mundial de la Salud (OMS) deja en claro que "activo" "se refiere a continuar participando en asuntos sociales, económicos, culturales, espirituales y cívicos, no solo la capacidad de ser activo físicamente o de participar en labores de fuerza" (2012: 12). El marco político de la OMS se enfoca en seis componentes del envejecimiento activo: determinantes conductuales, servicios sociales y de salud, determinantes económicos, determinantes sociales, entorno físico y determinantes personales. Algunos de estos determinantes están relacionados a servicios y sistemas que se les puede ofrecer a adultos mayores por el Estado u operadores del mercado. Otros conectan de manera más estrecha a las prácticas de adultos mayores o a sus antecedentes.

Figura 1. Envejecimiento activo. Determinantes. Fuente: OMS, 2002.



Resaltamos tres determinantes del marco de envejecimiento activo para nuestros propósitos, como se vio en la Figura 1. El primero consiste en *Determinantes Sociales*, los cuales se enfocan en prevenir la soledad, el aislamiento social, analfabetismo y falta de estudios, todos ellos relacionados al riesgo de discapacidad y muerte prematura de las personas mayores (OMS, 2002: 28). Diversos estudios han demostrado que el apoyo social

y la conexión previenen estrés y pueden reducir la tasa de declive en bienestar físico y mental (House *et al.*, 1988; OMS, 2002, ILC, 2015). Rowe y Kahn (1998) concluyeron que la integración social es un factor clave para envejecer con éxito (Rowe y Kahn, 1998). Pertenecer a un grupo con los que se comparten intereses y actividades, voluntariados, fuertes relaciones intergeneracionales, amistades largas, (antiguos compañeros de trabajo, de la escuela o vecinos) no solo forma conexiones sociales para personas mayores, sino que también influye en su capacidad para mantenerse informados y conectados en una sociedad que se rige cada vez más digitalmente (Gonzalez-Otañe *et al.*, 2015; Jung y Sundar, 2016).

Aunque el envejecimiento está asociado con el aislamiento social, los adultos mayores utilizan diversas estrategias para mantener conexiones sociales y construir nuevos vínculos; en respuesta al sedentarismo y al estilo de vida menos activo en edades mayores, ir a un museo puede ser un medio para evitar la disminución en actividad física y sus consecuencias (Palmer *et al.*, 2019). El tiempo libre y las actividades sociales pueden disminuir el aislamiento – que lleva a la depresión, deterioro cognitivo y moralidad (Lubben, 2017). Efectivamente, existe una investigación que caracteriza a los museos como una *experiencia social* (Coffee, 2007). El acceso al conocimiento de su espacio social, incluyendo las actividades de ocio, también es crucial para el envejecimiento activo y el contacto social (Sinclair y Grieve, 2017; Cardozo *et al.*, 2017). De acuerdo a la literatura (González-Otañe, *et al.*, 2015; Sinclair y Grieve, 2017; Yu *et al.*, 2018), el uso del internet por adultos mayores, incluyendo las redes sociales (SNS) está en aumento, lo cual podría servir como una manera por la cual los mayores descubran museos y otras opciones de compromiso social. De igual manera, estudios en redes sociales mostraron que estas tecnologías pueden mejorar la calidad de vida al reducir el aislamiento social a la vez que promueven y nutren los lazos sociales y las relaciones nuevas (Mo *et al.*, 2018), y a su vez implementa el acceso a beneficios sociales (Yu *et al.*, 2018).

El segundo grupo determinante que utilizamos es el de Determinantes Personales. La literatura que evalúa el uso de museos muestra que los visitantes mayores suelen estar interesados en visitar museos (Roger 1998, Tufts y Milne 1999). El conocimiento previo

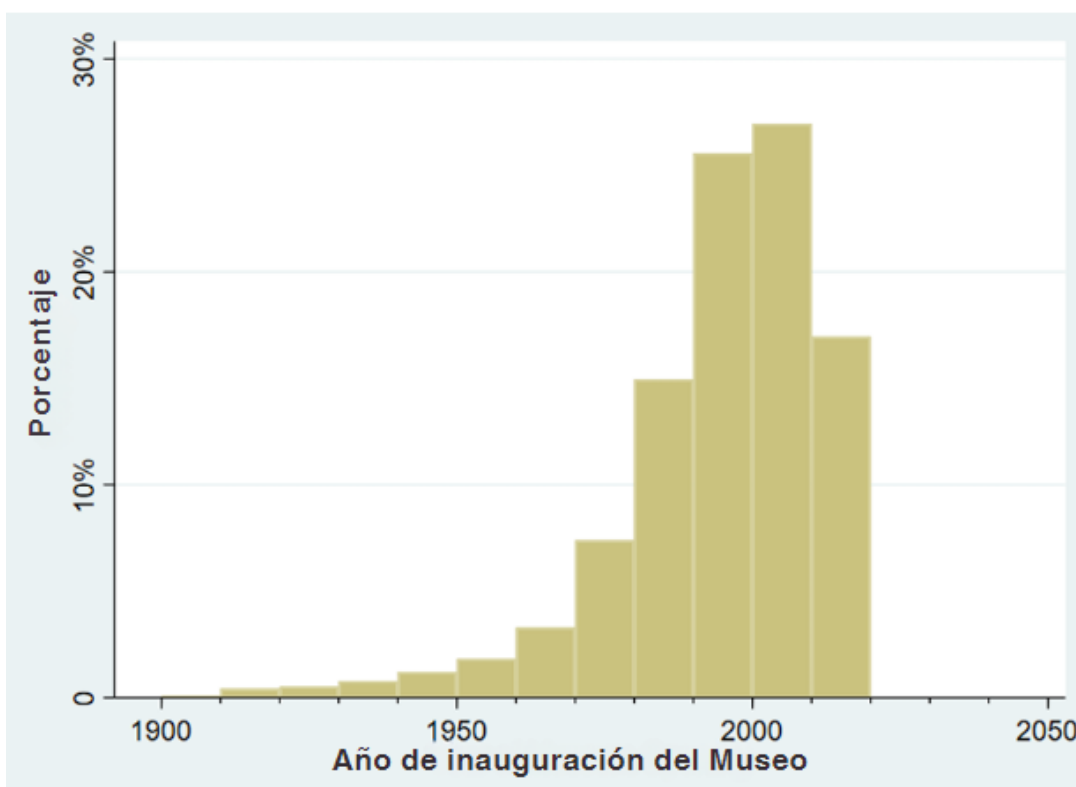
(Antón, Camarero y Garrido, 2018) y actividad posterior a la visita (Anton, Camarero, y Garrido, 2019) se han relacionado con experiencias satisfactorias entre visitantes en general. El afecto y la emoción, también se comprenden como factores importantes en la formación del uso y satisfacción del museo (Del Chiappa, Andreu, y Gallarza, 2014). Pocos estudios se enfocan específicamente en clientes mayores como unidades de estudio. Elottol y Bauhaudin (2011) estudiaron la percepción y satisfacción de clientes de museos de mayor edad en Malasia; descubrieron que la satisfacción entre clientes mayores se relaciona al diseño de los pasillos interiores y accesibilidad de circulación (Elottol y Bauhaudin, 2011: 277). Retcho (2017) estudió a los visitantes mayores con y sin demencia como parte del programa *Meet me at MoMa* (Encuéntrame en el Moma), dirigido específicamente a personas de la tercera edad que padecen de Alzheimer en etapa inicial; los resultados incluyen evidencia de un efecto positivo sobre el afecto mencionado, un factor importante en el envejecimiento activo.

El tercer factor determinante es el entorno físico. Se reportó que los entornos adaptados a personas mayores son clave en la aportación al envejecimiento activo. (Pregazzi, 2017; Zamorano *et al.*, 2012; Sánchez y Cortés, 2016). Estudios desde la perspectiva de la planeación gerontológica de entornos físicos y sociales, sugieren que aún falta mucho por hacer respecto a la movilidad espacial para los mayores en Latinoamérica (Salas y Sánchez, 2014; Sánchez y Cortés, 2016). Los pioneros en estudios de envejecimiento en México advirtieron sobre la falta de preparación en ciertos sistemas urbanos ante el proceso de envejecimiento (Welti, 2017; Zamorano *et al.*, 2012). Hoy en día, diversas investigaciones se enfocan en analizar y preparar ciudades y programas para ofrecer espacios accesibles y amigables para adultos mayores. Estudios recientes se enfocan en los derechos humanos para personas de la tercera edad (Huenchuan y Rodríguez-Piñeiro, 2010; Rodríguez *et al.*, 2018) así como en su autonomía, movilidad, y adaptación (Hernández, 2018). En referencia a los museos, es posible que la cantidad de museos y su distribución espacial impacte en su uso por adultos mayores.

La Gráfica 1 ilustra el patrón temporal de la inauguración de museos mexicanos desde el inicio del siglo XX. Más del 90% de los museos catalogados en la base de datos de

DENUE¹ abrió en 1970 o después. Los museos se vieron más involucrados en los asuntos económicos, políticos y sociales desde 1970 (Prince, 1990); debido a que la cultura tomó un papel central dentro de la conciencia social que conectaba territorio, museos y sociedad (Gialbert y Lorente, 2016) a través de una “interrelación dialéctica entre la cultura, identidad y patrimonio” (Alonso, 1993; citado en Gialbert y Lorente, 2016: 58). Consideramos que eso es una condición previa importante para que los mayores se apoyen en museos para expresar y satisfacer sus intereses culturales y sociales con el tiempo.

Gráfica 1. La evolución en inauguraciones de museos en México. Fuente: INEGI, 2018.



¹ *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas* es un sistema gestionado por el INEGI que ofrece a los usuarios la obtención de información sobre todos los negocios activos en el país. Este permite la identificación de unidades económicas por nombre, tamaño, ubicación, actividad económica y representación legal. Fue una herramienta muy útil para la identificación de museos y su ubicación espacial.

Los años de 1970 significaron un cambio en las políticas museísticas marcado por la descentralización de instituciones culturales en México, este cambio incluía un mayor enfoque en “actividades culturales de base, como la celebración del patrimonio cultural de los indígenas, personas rurales y el sector popular, se convirtió en uno de los temas centrales de políticas culturales desde 1970” (Komatsu, 2003: 2). La geografía de ubicaciones museísticas se dispersó en referencia a la expansión en números tanto en áreas rurales y urbanas, lo cual en la actualidad es relevante para la proximidad residencial y el acceso al transporte.

Al hacer esto, los museos comenzaron a conectar colecciones y temas con el contexto y el entorno social donde se ubican (Romero de Tejada y Picatoste, 2002; citado en Gilabert y Lorente, 2016: 86). Durante este periodo, la cantidad de museos se disparó debido al crecimiento de museos financiados por fondos públicos, colecciones de arte privadas se hicieron disponibles al público y museos comunitarios.

Es importante tomar en cuenta que diversos museos pueden incluir en cómo se dirigen instituciones individuales. Shieldhouse (2011) por ejemplo, muestra cómo el papel de la planificación e implementación institucional pueden afectar la cantidad de visitantes y la calidad de las visitas a los sitios del patrimonio mundial de UNESCO en México.

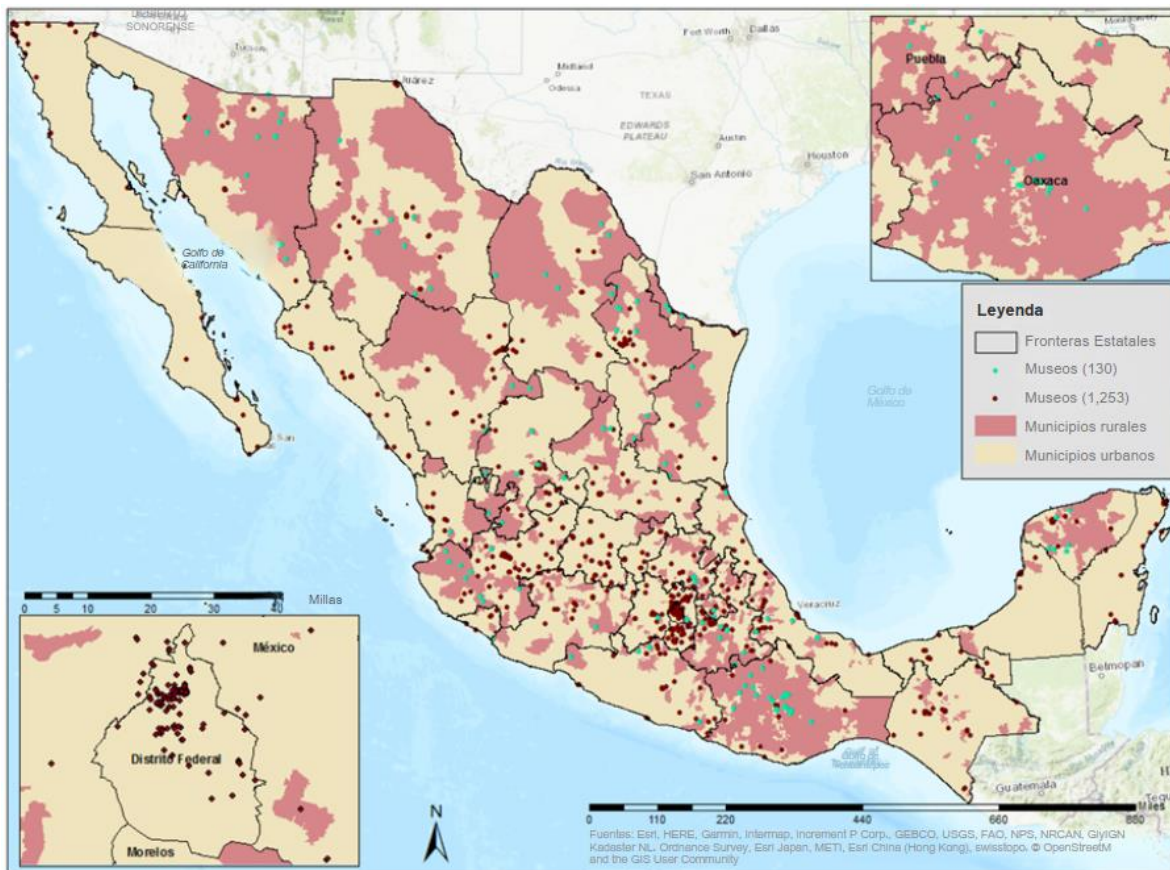
El grado en el cual la operación de museos en México se dirige específicamente a visitantes mayores, posiblemente varía de una institución a otra, y puede ser una vía útil para investigaciones futuras. El Mapa 1 (utilizando los datos de geolocalización de DENU) y la Tabla 2 (utilizando los datos de municipios museísticos y situación urbana/rural de la población del INEGI) muestran patrones de ubicación de museos a nivel nacional.

Tabla 2. Ubicación de Museos por zonas rurales o urbanas. México.

<i>Ubicación del museo</i>	<i>Municipio urbano</i>		<i>Municipio rural</i>	
	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>México</i>	1,126	89.8	130	10.1

Fuente: INEGI, 2018.

Mapa 1. Museos por ubicación rural y urbana. México. Fuente: INEGI, 2010 (Geoestadísticas) y 2019 (DENUE).



La literatura existente sobre alternativas en medios de transporte, no cubren de manera extensa los patrones en México, y aún muchas menos investigaciones se han dedicado explícitamente a los viajes a destinos recreativos culturales entre los residentes mayores. Guerra (2014) demuestra que en el área metropolitana de la ciudad de México entre el entorno edificado y el Kilómetro Vehículo Recorrido (KVR) entre hogares que conducen probablemente se fortalecieron entre 1994 y 2007, aunque la relación no era sustancialmente distinta que en ciudades de los E.E.U.U. En un estudio sobre la elección de modo de transporte en las 100 zonas urbanas más grandes en México, Guerra *et al.* descubrió que los hombres tenían menos probabilidad que las mujeres en usar medios de transporte público en lugar de conducir, andar en bicicleta o caminar, mientras que el uso de un auto era más probable que el uso de transporte público para residentes de hasta 44

años de edad, en comparación a residentes mayores de 44 años (Guerra *et al.*, 2018: 102). Harbering y Schlüter (2020) encuentran un patrón de género similar en la zona metropolitana del Valle de México, en donde las mujeres son más propensas a usar el transporte público que un auto, además de que un mayor nivel educativo se asocia de manera positiva al uso de un auto. Otros estudios realizados fuera de México (O'fallon y Sullivan, 2003) indican que se espera que el uso del automóvil incremente por viajes de ocio en algunos casos.

Por último, tomamos en consideración las diferencias entre hombres y mujeres encuestados entre el grupo de edad mayor. Los estudios realizados sobre las relaciones entre el género y el envejecimiento, tienen raíces profundas en estudios demográficos y de envejecimiento. Los marcos de envejecimiento activo se han aplicado frecuentemente en el Norte Global. Montero López *et al.* (2011) encuentran evidencia del deterioro de la salud objetiva y percibida es más grave en las mujeres, en un grupo de 456 adultos mayores (Montero López *et al.*, 2011: 608). Foster y Walker critican los marcos de productividad dominante del envejecimiento activo en la Unión Europea, la cual "ignora de gran manera las distintas necesidades de hombres y mujeres mayores" (Foster y Walker, 2013: 7), sugiriendo en su lugar un enfoque del curso vital que valide las necesidades en diferentes etapas de la vida y desvincule el meritorio de apoyo de la productividad económica.

Estudios sobre el género en la vejez, apuntan a múltiples diferencias entre hombres y mujeres, esto es sin duda influenciado por el hecho de que las mujeres pueden estar en desventaja en comparación de los hombres cuando se habla de trabajo, ingresos y nivel de estudios (Freixas, 1997; Muñoz y Espinosa, 2008; Fernández-Mayoralas *et al.*, 2015). La seguridad es una preocupación que afecta tanto en transporte como el uso de espacios públicos (Yavuz y Welch, 2010). La mayor esperanza de vida en todo el mundo puede suponer que las mujeres mayores, pasan sus años de vejez en soledad. (Muñoz y Espinosa, 2008). Muñoz y Espinosa resaltan que el género es "un determinante transversal del envejecimiento activo y refleja las enormes desventajas para las mujeres mayores" (2008: 305). Si bien este estudio no puede hablar directamente sobre las dimensiones sanitarias y socioeconómicas específicamente, incluyen un análisis de género que ayuda a comprender

retos y oportunidades por políticas, facilidades, instituciones, e investigaciones académicas para apoyar los resultados del envejecimiento activo para personas o de diversas identidades que puedan tener diferentes necesidades.

Para investigar los tres componentes de un marco de envejecimiento activo de visitantes mexicanos de los museos, comparamos adultos de edades 18 a 59 con adultos de 60 o más, utilizando un análisis de tabulación cruzada. Para extendernos aún más, aplicamos un análisis de género para disgregar visitantes mayores en encuestados hombres y mujeres para determinar si las diferencias de género aparecen en las características de las visitas de los mayores.

Datos y metodología

Los estudios en acceso y consumo cultural referente a los museos en México continúan en crecimiento. Durante los años 1980 y 1990, las investigaciones sobre museos y el acceso cultural se aceleraron, pero aun así son escasas en la actualidad (Schmilchuk, 2012; García, 1993 y 1999; Rosas 2002 y 2007). Académicos han reportado una dimensión política a el uso el tiempo para visitar concebidos para el ocio y la información. El uso del tiempo “nos construye como ciudadanos, como individuos sociales, impulsa o nos impide pensar, sentir y actuar en la realidad y en nosotros mismos” (Schmilchuk, 2000: 79). Schmilchuk (2000) abdicó por un mejor entendimiento de la experiencia del uso del museo y por lo tanto por mejores bases de datos sobre museos y sus visitantes. Enfatizó en la necesidad de conocer más sobre aquellos elementos para mejorar no solo los museos en sí, sino también la inversión de los visitantes (en tiempo y esfuerzo físico) y la percepción de los visitantes.

Existe una lista relativamente corta de bases de datos relacionadas al acceso cultural y lugares en México; el más reciente es la *Estadística de Museos*. Inició en 2016, y se planea que continúe anualmente. Esta base de datos les permite a los usuarios aprender más sobre instituciones museísticas, acceso, tamaño, y sus visitantes. La base de datos tiene tres componentes – una encuesta sobre las características de instituciones museísticas, el voluntariado de instituciones museísticas y ofertas de servicio social, y

características de los visitantes del museo recabadas en entrevistas a clientes hechas por el personal del museo.

En respuesta a las reclamaciones de García (1993) sobre el uso de la información en museos, la base de datos de las Estadísticas de Museos hace una gran mejora al mostrar las características de los museos y de los visitantes. Trabajamos con la base de datos del año 2017, la cual contaba con 171,627 respuestas individuales de clientes. Tras descartar datos faltantes, respuestas sin especificar, visitantes que no son de México, adultos mayores a 97 años agrupados bajo un solo código y jóvenes de 13 a 17 años, la muestra final utilizada fue de 129,652 individuos, de los cuales 10,419 eran adultos mayores de 60 o más. Algunas asunciones clave impactaron nuestro uso de esta información. Primero, dado que los clientes fueron entrevistados por el personal del museo, es posible que los clientes que estuvieron dispuestos a pasar tiempo adicional para participar, estuvieran predispuestos a reportar resultados más favorables.

También existen asunciones generales sobre la precisión y exactitud en la autoinformación en variables como el tiempo de viaje. La encuesta tampoco pregunta si el viaje fue en específico para visitar un museo, o si la visita se agregó como parte de un viaje más largo. Otras limitaciones de esta base de datos incluyen la falta de información sobre la situación socioeconómica de los visitantes y la distancia viajada. Sin embargo, el municipio de origen y el tiempo viajado, ayudan a ilustrar de dónde provienen los clientes mayores y más jóvenes y cuánto tiempo están dispuestos a viajar.

Además, la estructura de la información en algunas respuestas requirió cierta manipulación. Por ejemplo, los datos referentes al nivel educativo fue reportado entre dos variables – el nivel educativo más alto alcanzado y si fue finalizado. Para agrupar individuos en esta categoría, los asignamos a cada uno en el nivel más alto que haya finalizado. Adicionalmente, dado que los niveles de educación fueron divididos en 9 categorías (ninguna, Primaria, Secundaria, Estudios técnicos con secundaria terminada, Normal básica, Preparatoria o bachillerato, Estudios técnicos con preparatoria terminada, Licenciatura, Maestría o doctorado), redujimos esos niveles a 5 categorías, (ninguna, menor a preparatoria, preparatoria, licenciatura, maestría o mayor).

De igual forma, los encuestados contestaron sí o no a una serie de preguntas referentes a quién visitaron y los motivos de la visita. Presentamos el porcentaje de encuestados que reportaron un motivo o tipo de compañía para comparar estas variables.

Descubrimientos

Dimensiones sociales y personales del uso del museo

Dentro del contexto de envejecimiento activo (OMS, 2002; Fernández-Ballesteros *et al.*, 2013; Rowe y Kahn 2015; Fernández *et al.*, 2015, ILC, 2015), la actividad social y las conexiones son vitales para la salud y los problemas cotidianos de las personas mayores. Asimismo, la busca continua de conocimiento y satisfacción de curiosidad es un elemento importante en envejecimiento activo y exitoso. Investigamos las dimensiones sociales del uso del museo realizando las siguientes preguntas: ¿Con quién atienden a los museos las personas de la tercera edad? ¿Qué los motiva a ir a un museo? ¿Será el acompañar a alguien más o por razones e intereses personales? ¿Tienen preferencias establecidas para visitar museos? ¿Por cuál medio se enteran las personas mayores de la existencia de museos y exhibiciones?

Adicional a su papel en lugares de historia, conocimiento, y memoria (Sandell, 2003), los museos también sirven como punto de encuentro para actividades sociales, académicas y culturales (Camic y Chatterjee, 2013; Antunes y Jesus, 2018). Para investigar una dimensión social del antecedente cultural de los visitantes, analizamos si los encuestados recibieron estímulos familiares por el consumo cultural durante su infancia. Entre todos los encuestados, 85,000 (65.6%) dijeron que sí recibieron estímulos familiares durante su infancia; de ese grupo, 4,911 eran adultos de 60 años o más, representando alrededor del 47% de la muestra total 10,419 personas son adultos mayores, de 60 años o más. Los grupos de adultos más jóvenes recibieron estímulos familiares de manera mucho más frecuente alrededor del 67% de las veces.

Tabla 3. Estímulos familiares y primeras visitas a un museo. México.

<i>Recibió estímulos familiares hacia el consumo cultural</i>	<i>Edad 18-59</i>		<i>Edad 60 y más</i>	
	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Sí</i>	80,166	67%	4,911	47%
<i>No</i>	39,067	33%	5,508	53%
<i>Primera vez visitando un museo</i>	<i>Edad 18-59</i>		<i>Edad 60 y más</i>	
	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Sí</i>	81,562	68%	6,676	64%
<i>No</i>	37,671	32%	3,743	36%

Fuente: INEGI, 2018.

También analizamos si la visita en la que fueron encuestados era su primera visita a algún museo. La Tabla 3 muestra que fue la primera visita del 68% (81,562) y del 64% (6,676) de los adultos más jóvenes y de los adultos de la tercera edad encuestados, respectivamente. Este descubrimiento no correspondió a nuestras expectativas, aunque la proporcionalidad de visitantes primerizos fue similar entre los grupos de edad que construimos. Es probable que la proporción de personas mayores visitando por primera vez disminuya con el tiempo a medida que los grupos de edad más jóvenes que ya han visitado un museo alcancen la tercera edad; hasta entonces, la programación de implicaciones incluye atraer visitantes primerizos de todas las edades.

Con el propósito de examinar cómo es que las relaciones sociales ya existentes de los visitantes conforman las visitas, analizamos el acompañamiento durante las visitas. 1,494 (14%) de los adultos mayores asistieron solos, mientras que 8,925 asistieron con alguien más. Esto supone que las personas mayores pueden usar los museos para su construcción personal, así como para nutrir relaciones existentes. Los acompañantes más comunes de las personas de tercera edad fueron familiares, con un 55% (5,716), amigos (14% o 1,461 individuos), seguido por parejas (11% o 1,190 individuos).

La expectativa era ver una mayor cantidad de acompañantes turistas, pero solamente representaron el 5% de las personas mayores encuestadas. Como era de esperarse en comparación a adultos más jóvenes, las personas de tercera edad raramente visitaron el museo

con acompañantes relacionados con la escuela o trabajo. La información referente a los acompañantes de los grupos jóvenes y mayores se puede observar en la Tabla 4.

Tabla 4. Acompañamiento por grupos de edad. México.

Nadie	Edad 18-59		Edad 60 y más	
	Conteo	Porcentaje	Conteo	Porcentaje
<i>Sí</i>	14,162	12%	1,494	14%
<i>No</i>	105,071	88%	8,925	86%
Familiar	Edad 18-59		Edad 60 y más	
	Conteo	Porcentaje	Conteo	Porcentaje
<i>Sí</i>	57,544	48%	5,716	55%
<i>No</i>	61,689	52%	4,703	45%
Pareja romántica	Edad 18-59		Edad 60 y más	
	Conteo	Porcentaje	Conteo	Porcentaje
<i>Sí</i>	16,996	14%	1,190	11%
<i>No</i>	102,237	86%	9,229	89%
Amigo	Edad 18-59		Edad 60 y más	
	Conteo	Porcentaje	Conteo	Porcentaje
<i>Sí</i>	23,348	20%	1,461	14%
<i>No</i>	95,885	80%	8,958	86%
Compañero de trabajo	Edad 18-59		Edad 60 y más	
	Conteo	Porcentaje	Conteo	Porcentaje
<i>Sí</i>	2,827	2%	213	2%
<i>No</i>	116,406	98%	10,206	98%
Compañero escolar	Edad 18-59		Edad 60 y más	
	Conteo	Porcentaje	Conteo	Porcentaje
<i>Sí</i>	6,411	5%	106	1%
<i>No</i>	112,822	95%	10,313	99%
Grupo turístico	Edad 18-59		Edad 60 y más	
	Conteo	Porcentaje	Conteo	Porcentaje
<i>Sí</i>	1,640	1%	572	5%
<i>No</i>	117,593	99%	9,847	95%

Fuente: INEGI, 2018.

Huijg y sus colegas (2017) definen los *Planes y Deseos* como factores importantes durante la vejez. Los tres motivos principales por los cuales las personas mayores reportaron haber visitado el museo fueron por participación cultural general (51%) para aprender algo (31%) y por último, para acompañar a alguien (26%). Para adultos jóvenes, los mismos tres motivos principales se registraron en los siguientes porcentajes: participación cultural (45%), aprendizaje (31%), y acompañar a alguien más (25%). Para los adultos mayores, los motivos culturales fueron mayores que para la población promedio. Este patrón fue sorprendente dado que pocos de ellos recibieron estimulación familiar, suponiendo que el ímpetu por la participación cultural proviene de distintas fuentes. Estos reportes de visitantes demuestran la intención de usar los museos para precisamente el tipo de actividades que apoyan el envejecimiento activo. Ciertas investigaciones descubrieron que las personas mayores ven los museos como una opción para mantenerse activos, relacionados y saludables (Hovi-ased, 2016; Huijg *et al.*, 2017) dado que es una actividad que hace que salgan, se muevan e interactúen con su entorno.

Otra dimensión importante para el envejecimiento activo es la formación académica. La Tabla 5 muestra los niveles de educación de los visitantes en comparación al promedio nacional por grupos de edad. Encontramos que, contrario a lo que se esperaba, los visitantes mayores son, de hecho, más propensos en contar con un nivel de educación mayor a los visitantes adultos más jóvenes, además de tener estudios superiores que la población en general. Tal patrón podría ser el resultado de la auto-selección donde el nivel educativo se relaciona con el interés por visitar, el resultado de barreras de entrada donde el nivel educativo se relaciona con la ventaja socio espacial y facilita el acceso a las personas con estudios o a la combinación de ambas. Sin embargo, la población de visitantes mayores tuvo grupos proporcionalmente más grandes con pocos o sin estudios. Esto coincidiría con el hecho de que muchos de los visitantes mayores reportan el aprendizaje (31%) como un motivo de visita –adultos mayores con un nivel de estudios más bajo podrían ver los museos como una oportunidad para continuar aprendiendo. De cualquier manera, es claro que el universo de visitantes que estudiamos no es representativo del nivel educativo de la

población en general, un patrón relevante para las instituciones que priorizan la inclusión de las diversas poblaciones de edad avanzada.

Tabla 5. Niveles educativos. *Estadística de museos muestra vs. Promedio nacional. México.*

Nivel académico	Población (18-97) (N = 55,036,609)	Visitante (18-97) (N= 129,652)	Visitante (18-59) (N = 119,233)	Visitante (60-97) (N= 10,419)
<i>Ninguno</i>	10%	0%	0%	2%
<i>Menor a preparatoria</i>	49%	22%	21%	34%
<i>Preparatoria</i>	20%	37%	39%	20%
<i>Licenciatura</i>	3%	34%	34%	33%
<i>Maestría o mayor</i>	2%	7%	7%	11%

Fuente: INEGI, 2018.

También investigamos el método de descubrimiento entre diferentes visitantes. La literatura hace referencia a la importancia del conocimiento previo a la experiencia de visitantes de museos, y por lo tanto como las que personas descubran exhibiciones/museos podría influenciar en el potencial de envejecimiento activo de museos. Visitantes mayores reportaron relaciones sociales como familia y amigos (32,3%), conocimiento previo del museo (22%), seguido por Oficinas de Información Turística (11%) fueron las tres maneras principales por las que conocieron los museos. Visitantes más jóvenes reportaron ligeras diferencias, aprender sobre museos por familia y amigos (31%), maestros (15%), y previo conocimiento del museo (15%). El uso del internet fue bajo en ambos grupos, aunque fue más bajo de lo que se esperaba entre el grupo de visitantes mayores. Solo el 3% de adultos mayores mencionó el uso de redes sociales, y tan solo el 6.2% utilizó el internet para conocer sobre el museo. También exploramos si la visita a un museo fue planeada o no, considerando que la planificación de actividades puede ser importante para mantener el bienestar físico y mental de los adultos mayores (Huijg *et al.*, 2017). Descubrimos que el 52% de los visitantes en general sí planearon su visita. Los porcentajes fueron similares entre los grupos de personas de la tercera edad (54% o 5,642) y los de adultos más jóvenes (52% o 62,090) en la planificación de visitas previa a atender al museo. Los adultos mayores

planearon de forma un poco más frecuente, pero en general gran parte de ambos grupos decidió visitar de manera más espontánea, una capacidad posiblemente influenciada por la libertad de tiempo, proximidad espacial y acceso al transporte.

El modo de uso de un museo nos ayuda a entender el potencial que tiene como un lugar de envejecimiento activo; por lo tanto exploramos los patrones de uso. El uso de los servicios siguió patrones similares entre los grupos de edad. Los tres principales servicios fueron las exhibiciones (91.5%), visitas guiadas (30.4%), y las tiendas/tiendas de regalo (17.3%), que obtuvieron porcentajes de respuesta similares entre los adultos mayores y los jóvenes. Ninguno de los otros servicios encuestados se utilizaron por más del 6% de la muestra. El uso de servicios se puede explicar parcialmente por la prestación de servicios, la cual se midió desde la base de datos de las características museísticas (N=1,256).

Respecto a los dos servicios más comunes, 96.5% fueron exhibiciones de museos, y 83.7% fueron visitas guiadas. No obstante, hubo casos donde los servicios comúnmente proporcionados casi no fueron utilizados. El 44% de los museos ofrecieron actividades culturales y artísticas, mientras que tan solo 5.1% de los encuestados, reportaron haberlos usado. Mientras tanto, también hubo casos donde el uso fue considerable a pesar de la menor frecuencia en la prestación de servicios. Aunque tan solo el 27.0% de los museos contaba con tiendas de regalo, el 17.3% de los clientes aun así reportó el haberlas utilizado. Esto coincide con estudios previos, incluyendo Rogers (1998), el cual demostró cómo es que las tiendas de regalo se han convertido cada vez más importantes para balancear las cuentas en contextos museísticos en los cuales la financiación se vuelve precaria. Cabe destacar la diferencia entre el índice de suministro de dispositivos de apoyo a la capacidad física (14%) y el índice del uso por los visitantes (0.4%). Podría ser el caso que personas con menores capacidades físicas enfrenten problemas de transporte para llegar a los museos, o puede que carguen con sus propios dispositivos y por lo tanto no necesiten opciones temporales. Sin embargo, es posible que sea necesario contar con el mayor soporte dentro y fuera de los museos para asegurar que se pueda llevar a cabo el envejecimiento activo a pesar de la diferencia en capacidades.

Como parte de los determinantes sociales involucrados en el envejecimiento activo, el fomento a la educación mantiene a los mayores conectados socialmente y activos dentro de la sociedad. Esto les proporciona herramientas para mantener su conocimiento actualizado y evitar el aislamiento social y las consecuencias que conlleva. La curiosidad se satisface en muchos lugares y momentos, y ciertamente los museos son el sitio donde los adultos mayores pueden alimentar su conocimiento y curiosidad. Nuestro análisis mostró que el 61% (1,973 de 3,225) de los mayores cuya motivación al ir a algún museo fue "Aprender", reportó que la puntuación más alta fue de 10, mientras que el 58% de las personas que no comunicaron el aprendizaje como motivación reportaron una calificación de 10 (4,142 de 7,194). En general, a comparación de adultos más jóvenes (53%), una mayor proporción de visitantes de edad avanzada (60.5%) reportaron el nivel de aprendizaje más alto. Sin tener en cuenta el grupo de edad, o el hecho de que aprender era una meta explícita, la mayoría de los visitantes reportan haber aprendido algo nuevo tras la visita. De esta manera, los mayores y otros adultos son capaces de usar museos para el aprendizaje permanente de acuerdo con la literatura existente (Hsieh, 2010; Camic y Chatterjee, 2013; Galvanese et al., 2014).

Determinantes físicos: movilidad, tiempo y espacio

El patrón espacial de los museos, demuestra cierta dispersión de los institutos con notable agrupación en la Ciudad de México y Guadalajara. En general, la vasta mayoría de museos registrados en el estudio (aproximadamente 90%) del INEGI (2018) están ubicados en municipios considerados como urbanos (regresa a la Tabla 2 y Mapa 1). Para clientes adultos mayores y más jóvenes similares, esto significa que vivir en una zona rural podría hacer el acceso a museos más complicado basándonos en el viaje. Para los mayores que viven en residencias urbanas, que pueden estar más cerca de los museos, la accesibilidad en transporte puede ser un factor importante que influya en su uso de los museos. Esta consideración es relevante considerando que aproximadamente la mitad de los visitantes reportaron visitas en las cuales el viaje no estaba planeado.

Tabla 6. Origen urbano o rural. México.

Visitantes	Edad 18-59		Edad 60 y más	
	Conteo	Porcentaje	Conteo	Porcentaje
<i>Origen urbano</i>	115,737	97%	10,083	97%
<i>Origen rural</i>	3,827	3%	322	3%

Fuente: INEGI, 2018.

Contrario a nuestra hipótesis, los adultos mayores de zonas rurales no presentaron un porcentaje menor en visitas al museo que los más jóvenes (aunque las cantidades en total si fueron bajas). La encuesta indica que en 2017 muy pocos clientes reportaron vivir en un municipio rural, a pesar de la diferencia en edades. De los 129,652 clientes en esta muestra, 4,149 (3%) declararon vivir en un municipio rural. Como se ha visto en la Tabla 6, los adultos de 18-59 años y adultos mayores a 60 que participaron en la encuesta de manera separada reportaron el mismo porcentaje (3%) de viviendas rurales (3,831 de 1°9, 224 y 334 de 10,419, respectivamente).

Tabla 7. Tiempo medio de viaje y tiempo medio de visita (minutos) por género. México.

<i>Tiempo de viaje y visita</i>	Edad 18-59		Edad 60 y más	
	<i>Tiempo promedio de desplazamiento (min)</i>	<i>Duración promedio de la visita (min)</i>	<i>Tiempo promedio de desplazamiento (min)</i>	<i>Duración promedio de la visita (min)</i>
Mujeres	51.7	61.7	60.7	66.1
Hombres	54.3	58.8	61.5	61.5

Fuente: INEGI, 2018.

Utilizando los datos recopilados a través del sondeo, analizamos el tiempo de viaje y el tiempo en el museo (ver en Tabla 7). En promedio, los adultos mayores viajaron durante periodos más largos y pasaron más tiempo en su visita. Hubo ciertas diferencias en función del género: las mujeres mayores pasaron más tiempo en su visita que los hombres mayores. La Tabla 8 muestra el tiempo viajado con mayor detalle. Para habitantes rurales, el tiempo de desplazamiento siguió patrones similares entre los grupos de edad. El 78% de

los adultos más jóvenes viajaron una hora o menos para llegar al museo, mientras que el 80% de los visitantes de mayor edad hicieron viajes de esa magnitud.

La mayoría de adultos los más jóvenes (54%) y de los mayores (59%) viajaron 30 minutos o menos hacia su destino, siendo los visitantes mayores los más propensos a realizar viajes más cortos. Esto no fue una sorpresa – dado que se espera que los clientes mayores prefieran viajes más cortos, o es posible que el acceso al transporte pueda ser un obstáculo para algunas personas de la tercera edad que de otro modo, necesitarían viajes más largos. En cuanto a la duración de las visitas de personas que vienen de residencias rurales, visitantes jóvenes y mayores similares reportaron visitas de hasta una hora, entre el 78 y 79 por ciento de las veces (vea la Tabla 8).

Tabla 8. Tiempo de viaje por grupo de edad: Rural vs. Urbano. México.

<i>Minutos</i>	<i>Rural</i>				<i>Urbano</i>			
	<i>Edad 18-59</i>		<i>Edad 60 y más</i>		<i>Edad 18-59</i>		<i>Edad 60 y más</i>	
	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>0-15</i>	1,094	29%	104	31%	27,934	24%	2,671	26%
<i>16-30</i>	959	25%	93	28%	35,757	31%	2,855	28%
<i>31-45</i>	470	12%	37	11%	15,341	13%	1,170	12%
<i>46-60</i>	457	12%	34	10%	13,660	12%	1,197	12%
<i>61-75</i>	56	1%	8	2%	1,815	2%	174	2%
<i>76-90</i>	236	6%	12	4%	6,979	6%	547	5%
<i>91-120</i>	237	6%	13	4%	5,761	5%	513	5%
<i>121-150</i>	78	2%	4	1%	2,189	2%	216	2%
<i>151+</i>	244	6%	29	9%	5,957	5%	741	7%

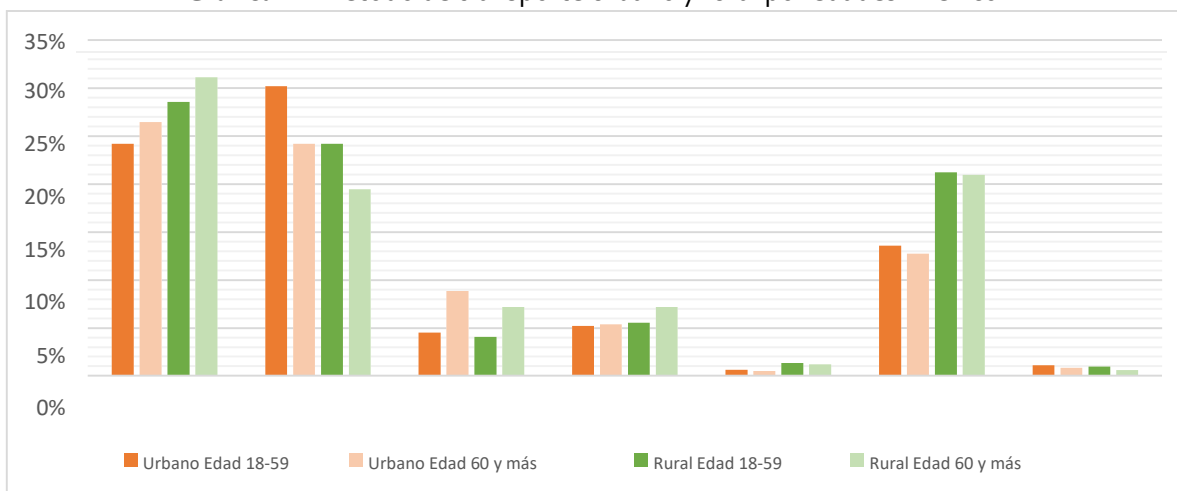
Fuente: INEGI, 2018.

Sin embargo, el modo de transporte preferido parece seguir un patrón más distintivo por edad. Mientras adultos mayores y jóvenes provenientes de zonas rurales utilizaron vehículos privados en aproximadamente la misma proporción (42.55% y 43.41%, respectivamente) y caminaron aproximadamente la misma proporción (21.22% y 20.96%, respectivamente), el uso dado a otras modalidades varió. El 24.22% de los adultos jóvenes

de zonas rurales utilizó transporte público, mientras que tan solo el 19.42% de los adultos mayores hizo lo mismo.

El menor uso del transporte público entre las personas de edad más avanzada coincide con la literatura sobre la accesibilidad del transporte público de ese grupo de edad, a raíz de que ese nivel de servicios de transporte público tiende a ser menos sólido en áreas con población menos densa y en México, el transporte público no está diseñado adecuadamente para el uso de adultos mayores (Melgar *et al.*, 2013; García 2016). Está demostrado que el uso de transporte público es un gesto de autonomía; hace que las personas de la tercera edad “tomen control de sus propias vidas” (Attoh, 2017: 205).

Los adultos rurales de edad más avanzada, tuvieron la tasa de uso de transporte turístico más alta (7.29% frente a 4.10%) y taxis (7.19% frente a 5.56%) en comparación con adultos rurales de edades 18-59 que coincide con la literatura. Sin embargo, existen otras posibles explicaciones para este comportamiento. Es probable que los visitantes rurales mayores que decidieron visitar museos disponen de un ingreso mayor al promedio, y por lo tanto eligieron un modo de transporte más personalizado, conveniente y subsecuentemente más costoso. Mientras tanto, es posible que el descubrir que 1 de cada 5 visitantes mayores caminan al museo, cuando tan solo 1 de cada 10 museos se ubican en zonas rurales puede ilustrar la costumbre de caminar que tienen algunas personas mayores de las zonas rurales. La proliferación rural de museos (especialmente comunitarios) también puede haber contribuido a aumentar el acceso de los habitantes de lugares rurales donde los museos son, por término medio, más escasos. Para ambos grupos de edad y rural frente a urbano, vea la Gráfica 2 y Tabla 9.

Gráfica. 2. Método de transporte urbano y rural por edades. México.

Fuente: INEGI, 2018.

Los residentes urbanos, en general, asistieron en un porcentaje mucho más alto (más del 96% de la muestra) en comparación con visitantes rurales. Mientras que adultos mayores de zonas rurales eran un poco más propensos de viajar una hora o menos que adultos más jóvenes, los mayores de zonas urbanas (78%) fueron un ligeramente menos propensos que adultos jóvenes (80%) en hacer viajes de tal duración. En este caso, la inversión podría explicarse por la mayor proximidad al museo de los mayores que viven en zonas urbanas. Por viajes de 30 minutos o menos, el patrón urbano fue más estrecho entre los grupos de edad. Mientras que el 55% de los adultos más jóvenes de zonas urbanas viajaron hasta 30 minutos para visitar el museo, el 55% de los residentes urbanos mayores hicieron viajes de longitud similar. Visitas de menor duración fueron menos comunes para visitantes urbanos en todos los grupos de edad. El 72% de los visitantes más jóvenes y el 69% de tercera edad asistieron durante una hora o menos, mientras que visitantes de zonas rurales, asistieron durante una hora o menos 78% de las veces.

Se podría plantear la hipótesis de que los visitantes provenientes de zonas rurales pasan más tiempo en el tránsito y menos tiempo en el museo. Las visitas de residentes urbanos duraron en promedio alrededor de 60.9 minutos tras un viaje solo de ida de 53.5 minutos. Los visitantes rurales visitaron el museo por alrededor de 52.7 minutos en promedio, tras haber viajado 56.5 minutos tan solo de ida. Sin embargo, cuando se desglosa por edades, descubrimos que los viajes más largos no requieren visitas breves. La

duración promedio para adultos jóvenes fueron 52.9 minutos de viaje y 60.4 minutos de visita. Los visitantes mayores en promedio viajaron 61.1 minutos y su visita fue de 63.9 minutos. La duración más extensa de los visitantes se puede interpretar de distintas formas. Viajes más largos pueden significar que las personas mayores residen a mayor distancia del museo que los adultos más jóvenes, o que su forma de transporte simplemente toma más tiempo. La duración de la visita también puede tener varias explicaciones - por ejemplo, los mayores podrían estar más motivados a participar en las exhibiciones por más tiempo, o a su edad podría impactar la velocidad en la que observan las exhibiciones.

El modo de transporte de visitantes urbanos demostró ciertos patrones que coinciden, y ciertos que no coinciden con los patrones de visitantes rurales. Los adultos mayores utilizaron vehículos privados ligeramente más frecuente que adultos jóvenes, con el 47.48% y el 44.71% respectivamente. La probabilidad de caminar por grupos de edad es comparable: el porcentaje de los adultos mayores fue de 12.77% y el de los adultos más jóvenes fue de 13.61%. Sorprendentemente, los visitantes urbanos (13.54%) eligieron caminar de forma menos frecuente que los visitantes rurales (21.20%). De nuevo, las personas mayores (24.20%) fueron menos propensas a utilizar transporte público que su contraparte más joven (30.20%), aunque ambos grupos viajaban en transporte más frecuentemente viniendo de orígenes urbanos, ambos resultados coinciden con la literatura existente. Mientras los adultos mayores urbanos (8.84%) continuaron utilizando transporte turístico en mayor porcentaje que adultos más jóvenes del mismo origen (4.53%), hubo gran paridad en el uso del taxi entre los grupos (5.37% y 5.21%, respectivamente).

Tabla 9. Método de transporte por grupo de edad urbano o rural. México.

<i>Método de transporte</i>	<i>Rural</i>				<i>Urbano</i>			
	<i>Edad 18-59</i>		<i>Edad 60 y más</i>		<i>Edad 18-59</i>		<i>Edad 60 y más</i>	
	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Conteo</i>	<i>Percent</i>	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Vehículo Privado</i>	1,094	29%	104	31%	27,934	24%	2,671	26%

<i>Transporte Público</i>	928	24%	65	19%	34,853	30%	2,440	24%
<i>Transporte turístico</i>	157	4%	24	7%	5,227	5%	891	9%
<i>Taxi</i>	213	6%	24	7%	6,008	5%	542	5%
<i>Bicicleta</i>	52	1%	4	1%	746	1%	50	1%
<i>Caminando</i>	813	21%	70	21%	15,703	14%	1288	13%
<i>Otros</i>	38	1%	2	1%	1,269	1%	85	1%

Fuente: INEGI, 2018.

El uso de transporte turístico sobre el transporte público parece ser de importancia para las personas mayores. A pesar de todo, parece que los visitantes mayores y los más jóvenes utilizan los museos en porcentajes similares. Parece también, que la accesibilidad se relaciona más a si un residente vivía en una zona urbana o rural que si su edad era mayor o menor a 60. Para los mayores, la proximidad a los museos parece ser importante, como se demostró en proporciones elevadas de viajes menores a 30 minutos y las sorprendentes proporciones de visitantes rurales viajando a pie.

Género

La Tabla 10 muestra las diferencias de género en la muestra de nuestros encuestados. En este grupo de edad, las mujeres fueron tan propensas como los hombres a visitar un museo durante ese año. Las mujeres de tercera edad sí pasaron más tiempo durante sus visitas que su contraparte masculina y fueron más propensas a planear sus visitas. Los familiares fueron los acompañantes más comunes para ambos grupos; según Toepoel (2013: 366), “Las parejas, los hijos, y los amigos pueden facilitar la participación cultural de los más mayores”. Las mujeres reportaron asistir más a menudo con amistades, y los hombres reportaron asistir por sí solos o con una pareja romántica. Las mujeres mayores son menos propensas a visitar el museo solas, esto podría deberse a una combinación de motivos: costos, acceso, o motivos de seguridad.

Se presume que la mayoría de los visitantes de tercera edad en pareja, se encontraban en relaciones heterosexuales – por lo que los resultados de las parejas pueden

reflejar un sesgo de muestreo en el proceso de encuesta (por ejemplo, el hablar únicamente con uno de los dos). Sin embargo, estos resultados indican cómo hombres y mujeres mayores dependen de relaciones sociales para acompañarse en sus visitas al museo. Más resultados destacables, incluyen una diferencia en el método de descubrimiento, en la cual los hombres recurrían al conocimiento previo más a menudo, y las mujeres a las relaciones sociales y oficinas de turismo. Esto coincide con el resultado de los métodos de transporte, el cual demuestra que las mujeres son más propensas a usar transporte turístico y público, mientras que los hombres son más propensos a caminar o utilizar un vehículo personal.

Tabla 10. Diferencias de género entre los asistentes mayores. México.

<i>Método de Transporte</i>	<i>Rural</i>				<i>Urbano</i>			
	<i>Edad 18-59</i>		<i>Edad 60 y más</i>		<i>Edad 18-59</i>		<i>Edad 60 y más</i>	
	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Conteo</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Vehículo Privado</i>	1,094	29%	104	31%	27,934	24%	2,671	26%
<i>Transporte Público</i>	928	24%	65	19%	34,853	30%	2,440	24%
<i>Transporte Turístico</i>	157	4%	24	7%	5,227	5%	891	9%
<i>Taxi</i>	213	6%	24	7%	6,008	5%	542	5%
<i>Bicicleta</i>	52	1%	4	1%	746	1%	50	1%
<i>Caminando</i>	813	21%	70	21%	15,703	14%	1288	13%
<i>Otros</i>	38	1%	2	1%	1,269	1%	85	1%

Fuente: INEGI, 2018.

Discusión y conclusiones

En este artículo buscamos explorar el uso y acceso a museos por personas de la tercera edad en México, utilizando información novedosa a nivel nacional dentro del contexto de envejecimiento activo, con un enfoque en las dimensiones personales, sociales y físicas. Descubrimos que algunas personas mayores son capaces de usar los museos con fines recreativos, de aprendizaje y para mantener una conexión y participación social, aunque sus preferencias y obstáculos podrían variar de las de adultos más jóvenes. Asimismo,

ciertos resultados indican posibles exclusividades que podrían aminorar su capacidad para participar en ciertos grupos. A continuación se examinan las futuras vías de investigación.

Aunque no medimos el costo promedio de la entrada o la información de descuentos a personas de la tercera edad,² sabemos que disponer de tiempo libre y de ingresos disponibles son signos de una clase con ventaja relativa, además de las opciones de transporte como vehículos privados. Otros indicios de que los ingresos/riqueza es relevante, incluyen la alta proporción de visitantes con estudios superiores entre los adultos mayores y más jóvenes, el uso de servicios turísticos para aprender sobre viajar y visitar museos, y la posibilidad de visitar museos sin planificar previamente, tal y como señalaron casi la mitad de los encuestados. Como los ingresos/riqueza impactan precisamente en el interés, acceso, y uso de los museos por visitantes de tercera edad en México y otros lugares, es un área que merece la pena continuar estudiando.

También podemos inferir en la importancia de la proximidad y el acceso al transporte para el uso de museos. Dado que 48% de los visitantes no planearon sus visitas, y más del 50% de visitantes de cada grupo de edad tanto en zonas rurales como urbanas, viajaron 30 min o menos para llegar a un museo, por lo que parece que la conveniencia es un factor contribuyente. Este resultado debería de analizarse en el contexto de capacidades distintas entre personas mayores – continuar encontrando maneras de mejorar el diseño y programación para que las personas con necesidades de apoyo en la movilidad puedan disfrutar los museos, probablemente mejoraría el potencial de envejecimiento activo de los museos. Del mismo modo, las mujeres recurrieron en mayor medida al transporte público – en lugares donde el transporte es escaso, esto puede afectar la posibilidad de visita de algunas mujeres. El acceso al transporte dependerá en gran medida de las decisiones políticas y de planificación local y regional, y por lo tanto, probablemente queden fuera del ámbito museístico. Aun así, en algunos casos los museos

² La información sobre costos y descuentos estaban disponibles en de la base de datos de las características del museo, pero no se recolectó información sobre el destinos de los visitantes.

podrían asociarse con agencias de transporte público o compañías privadas de servicios especializados de transporte para mejorar el acceso.

Los resultados también indican más oportunidades para apoyar al envejecimiento activo a través de la programación del museo. Mientras el 44% de los museos en la base de datos del INEGI reportaron proveer programas culturales y artísticos, tan solo el 5% de los encuestados reportaron en ese mismo año utilizar dichos servicios. Las personas de la tercera edad particularmente, y adultos en general, declararon la participación cultural como un motivo prioritario por el cual visitar y lograr alcanzar cierto nivel de satisfacción cultural a través de exhibiciones y visitas guiadas. Sin embargo, actividades fuera de exhibiciones podrían ofrecer mejores oportunidades para conocer personas nuevas, considerando que la mayor parte de las interacciones sociales que medimos entre los adultos mayores se basaron en relaciones sociales pre-existentes. Dichas actividades podrían ser de ayuda para las personas que les vendría bien expandir su círculo social y que visitan los museos individualmente. En general, una mayor investigación cualitativa y de calidad sobre las curiosidades e intereses de posibles clientes, y clientes actuales ayudarían a crear espacios museísticos que inviten y retengan las visitas de los visitantes mayores. Por último, los museos ofrecen mecanismos institucionales para apoyar al aprendizaje a lo largo de la vida. Independientemente de que se haya o no reportado el aprendizaje como una motivación, una gran proporción de visitantes reportaron resultados de aprendizaje elevados. Para seguir apoyando el envejecimiento activo, el incremento en el acceso y uso de museos entre personas de la tercera edad será crucial.

Referencias bibliográficas

- Antón, C., Camarero, C. y Garrido, M.J. (2018). Exploring the experience value of museum visitors as a co-creation process. *Current Issues in Tourism*, 21(12), 1406-1425.
- Antón, C., Camarero, C. y Garrido, M. J. (2019). What to do after visiting a museum? From post-consumption evaluation to intensification and online content generation. *Journal of Travel Research*, 58(6), 1052-1063.

- Antunes, M. y Jesús, C. (2018) O museu como contexto de educação comunitária: um projeto de promoção do envelhecimento bem sucedido. *Estudos Interdisciplinares Sobre o Envelhecimento*, 23(1), 9-26.
- Attoh, K. (2017). Public transportation and the idiocy of urban life. *Urban Studies*, 54(1), 196-213. <https://doi.org/10.1177/0042098015622759>
- Camic, P. M. y Chatterjee, H. J. (2013). Museums and art galleries as partners for public health interventions. *Perspectives in Public Health*. <https://doi.org/10.1177/1757913912468523>
- Cardozo, C., Martín, A. y Saldaño, V. (2017). Los adultos mayores y las redes sociales: analizando propuestas para mejorar la interacción. *Informe Científico Técnico UNPA (ICT-UNPA)*, 9(2), 1-29.
- Coffee, K. (2007) Audience research and the museum experience as social practice. *Museum Management and Curatorship*, 22(4), pp. 377-389. <https://doi.org/10.1080/09647770701757732>
- Del Chiappa, G., Andreu, L. y Gallarza, M. G. (2014). Emotions and visitors' satisfaction at a museum. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*.
- Dickens, A. P., Richards, S. H., Greaves, C. J., & Campbell, J. L. (2011). Interventions targeting social isolation in older people: A systematic review. *BMC Public Health*. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-11-647>
- Elottol, R. y Bahauddin, A. (2011). Practical Step towards integrating Elderly Pathway Design into Museum Space planning Framework of Satisfaction Assessment. *International Transaction journal of Engineering, Management and Applied Sciences and Technologies*, 2(3), 265-285.
- Fernández-Ballesteros, R., Robine, J. M., Walker, A. y Kalache, A. (2013). Active ageing: A global goal. *Current Gerontology and Geriatrics Research*. <https://doi.org/10.1155/2013/298012>
- Fernández-Mayoralas, G., Rojo-Pérez, F., Martínez-Martín, P., Prieto-Flores, M. E., Rodríguez-Blázquez, C., Martín-García, S., Rojo Aubin, Forjaz, A. M. (2015). Active ageing and quality of life: Factors associated with participation in leisure activities

- among institutionalized older adults, with and without dementia. *Ageing and Mental Health*, 19(11), 1031-1041. <https://doi.org/10.1080/13607863.2014.996734>
- Foster, L., y Walker, A. (2013). Gender and active ageing in Europe. *European Journal of Ageing*, 10(1), 3-10.
- Freixas, A. (1997) Envejecimiento y género: otras perspectivas necesarias, *Anuario de Psicología*, 73, 31-42.
- García, N. (Ed.) (1993) El Consumo Cultural en México. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- García, N. (1999) El consumo cultural: una propuesta teórica. En: Guillermo Sunkel (Coord.). El Consumo Cultural en América Latina. Colombia: Convenio Andrés Bello.
- García, J. (2016) El acceso del adulto mayor al sistema de transporte público: implicaciones sociales más allá de la movilidad. En: Concha Mateos y Javier Herrero (Coords.). *La Pantalla Insomne*. Tenerife: F. Drago.
- Galvanese, A. T. C., Coutinho, S., Inforsato, E. A. y Lima, E. M. F. de A. (2014). A produção de acesso da população idosa ao território da cultura: uma experiência de Terapia Ocupacional num museu de arte. *Cadernos de Terapia Ocupacional Da UFSCar*, 22(1), 129-135. <https://doi.org/10.4322/cto.2014.014>
- Gilabert González, L. M. y Lorente Guerrero, X. (2016). Los museos como factor de integración social del arte en la comunidad. La experiencia del Voluntariado cultural de mayores. *Cuadernos de Trabajo Social*, 29(1). https://doi.org/10.5209/rev_cuts.2016.v29.n1.49247
- González-Oñate, C., Fanjul-Peyró, C., y Cabezuelo-Lorenzo, F. (2015). Uso, consumo y conocimiento de las nuevas tecnologías en personas mayores en Francia, Reino Unido y España. *Comunicar*, 23(45), 19-27.
- Guerra, E. (2014). The built environment and Car use in Mexico City: is the relationship changing over time? *Journal of Planning and Education Research*, 34(4), 394-408. <https://doi.org/10.1177/0739456X14545170>

- Guerra, E., Caudillo, C., Monkkonen, P. y Montejano, J. (2018). Urban form, transit supply, and travel behavior in Latin America: evidence from Mexico's 100 largest urban areas. *Transportation Policy*, 69, 98-105, <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2018.06.001>
- Ham, R. (1999) El envejecimiento en México: de los conceptos a las necesidades. *Papeles de Población*, 5(19), 7-21.
- Harbering, M., y Schlüter, J. (2020). Determinants of transport mode choice in metropolitan areas the case of the metropolitan area of the Valley of Mexico. *Journal of Transport Geography*, 87, 102766.
- Hovi-Assad, P. (2016) The Role of the Museum in an Ageing Society, *Museum International*, 68(3-4), 84-97. <https://doi.org/10.1111/muse.12129>
- Hsieh, H. J. (2010). Museum lifelong learning of the ageing people. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 4831-4835. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.03.779>
- Huenchuan, S. y Rodríguez-Pinero, L. (2010). Envejecimiento y derechos humanos: situación y perspectivas de protección. Comisión Económica Para América Latina y El Caribe (CEPAL), 144.
- Huijg, J. M., Van Delden, A. E. O., Van Der Ouderaa, F. J. G., Westendorp, R. G. J., Slaets, J. P. J. y Lindenberg, J. (2017). Being active, engaged, and healthy: Older persons' plans and wishes to age successfully. *Journals of Gerontology - Series B Psychological Sciences and Social Sciences*, 72(2), 228-236. <https://doi.org/10.1093/geronb/gbw107>
- Hernández Lara, O. (2018). Autónomos, autodependientes y libres en movimiento. Personas mayores como espacio y tiempo en la atención de las agendas académicas y pública y foco de interés del sector privado. *Punto-e-Vírgula : Revista de Ciências Sociais*, 22, 97. <https://doi.org/10.23925/1982-4807.2017i22p97-102>
- House, J. S., Landis, K. R. y Umberson, D. (1988). Social relationships and health. *Science*, 241(4865), 540-545. <https://doi.org/10.1126/science.3399889>
- INEGI (2010). Marco Geoestadístico Nacional, Aguascalientes: INEGI. INEGI (2015). Encuesta Intercensal 2015, Aguascalientes: INEGI.

- INEGI (2018). Estadística de Museos, Aguascalientes: INEGI.
- INEGI (2019). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, Aguascalientes: INEGI.
- International Longevity Center Brazil-ILC. (2015). Active Ageing: A Policy Framework in Response to the Longevity Revolution. (P. Faber, Ed.), Special Eurobarometer.
- Jung, E. H. y Sundar, S. S. (2016). Senior citizens on Facebook: How do they interact and why? *Computers in Human Behavior*, 61, 27-35. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.080>
- Komatsu, M. (2003). Towards the Development of Grassroots Cultural Activities: Mexican Cultural Policy and the Case of Community Museums.
- Lubben, J. (2017). Addressing Social Isolation as a Potent Killer! *Public Policy & Ageing Report*, 27(4), 136-138. <https://doi.org/10.1093/ppar/prx026>
- Melgar, J., Medina, M. y Aranda, N. (2013) El adulto mayor como usuario del transporte Público de Ciudad Juárez, Chihuahua México. Paper presented at the XVII Congreso Internacional en Ciencias Administrativas, Universidad del Valle de Atemajac.
- Mo, F., Zhou, J., Kosinski, M. & Stillwell, D. (2018). Usage patterns and social circles on Facebook among elderly people with diverse personality traits. *Educational Gerontology*, 44(4), 265-275. <https://doi.org/10.1080/03601277.2018.1459088>
- Montero López, P., Fernández-Ballesteros, R., Zamarrón, M. D. y López, S. R. (2011). Anthropometric, body composition and health determinants of active ageing: a gender approach. *Journal of biosocial science*, 43(5), 597-610.
- Muñoz, F. y Espinosa, J. (2008) Envejecimiento activo y desigualdades de género, *Atención primaria*, 40(6), 305-309.
- O'Fallon, C. y Sullivan, C. (2003). Understanding and managing weekend traffic congestion. Paper presented at 26th Australasian Transport Research Forum (ATRF), Wellington, New Zealand. [https://www.australasiantransportresearchforum.org.au/sites/default/files/2003_O Fallon Sullivan c.pdf](https://www.australasiantransportresearchforum.org.au/sites/default/files/2003_O%20Fallon_Sullivan_c.pdf)

- Palmer, V. J., Gray, C. M., Fitzsimons, C. F., Mutrie, N., Wyke, S., Deary, I. J., Der, G., Sebastien F. M. y Skelton, D. A. (2019). What Do Older People Do When Sitting and Why? Implications for Decreasing Sedentary Behavior. *The Gerontologist*, 59(4), 686- 697. <https://doi.org/10.1093/geront/gny020>
- Partida, V. (2005). Demographic transition, demographic bonus and ageing in Mexico. Proceedings of the United Nations Expert Group Meeting on Social and Economic Implications of Changing Population Age Structures, 285-307.
- Pregazzi, C. (2017) El envejecimiento de la población en México: líneas estatégicas para preparar la ciudad a las nuevas condiciones demográficas. *Revista Entorno Académico*, 19, pp. 44-48.
- Prince, D. R. (1990). Factors influencing museum visits: An empirical evaluation of audience selection. *Museum Management and Curatorship*, 9(2), 149-168. [https://doi.org/10.1016/0964-7775\(90\)90054-B](https://doi.org/10.1016/0964-7775(90)90054-B)
- Ramos Monteagudo, A. M., Yordi García, M., y Miranda Ramos, M. de los Á. (2016). El envejecimiento activo: importancia de su promoción para sociedades envejecidas. *Arch. Méd. Camaguey*, 20(3), 330-337.
- Retcho, D. E. (2017). Accessibility to Art Museums and Museum Education Programs for an Elderly Population with Dementia.
- Rodríguez, V., Montes de Oca, Z., Paredes, M. y Garay, S. (2018) Envejecimiento y derechos humanos en América Latina y el Caribe. *Tiempo de Paz*, 130, 43-54.
- Rogers, M. L. (1998). *An exploration of factors affecting customer satisfaction with selected history museum stores*. Texas Tech University.
- Rosas, A. (2002). Los estudios sobre consumo cultural en México. In Daniel Mato (Coord.) (Ed.), *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*, pp. 255-264, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela. http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/356/RosasM_Estudios_consumoCultural_Mex.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Rosas, A. (2007). Barreras entre los museos y sus públicos en la Ciudad de México. *Culturales*, III(5),79-104. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=694/69430504>
- Rowe J. W. y Kahn R. L. (1998). Successful ageing. New York, NY: Pantheon Books.
- Rowe, J. W. y Kahn, R. L. (2015). Successful ageing 2.0: Conceptual expansions for the 21st century. *Journals of Gerontology - Series B*, 70(4), 593-596. <https://doi.org/10.1093/geronb/gbv025>
- Salas-Cárdenas, S. M. y Sánchez, D. (2014). Envejecimiento de la población, salud y ambiente urbano en América Latina. Retos del Urbanismo gerontológico. Contexto. *Revista de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León*, VIII(9), 31-49.
- Salazar-Barajas, M. E., Salazar-González, B. C., & Gallegos-Cabriales, E. C. (2017). Middle Range Theory: Coping and Adaptation with Active Ageing. *Nursing Science Quarterly*, 30(4), 330-335. <https://doi.org/10.1177/0894318417724459>
- Sánchez González, D. y Cortés Topete, M. (2016). Espacios públicos atractivos en el envejecimiento activo y saludable. El caso del mercado de Terán, Aguascalientes (México). *Revista de Estudios Sociales*, 57, 52-67.
- Sandahl, J. (2019) The Museum Definition as the Backbone of ICOM. *Museum International*, 71(1-2), vi-9. <https://doi.org/10.1080/13500775.2019.1638019>
- Sandell, R. (2003). Museums, society, inequality. *Museums, Society, Inequality*, pp. 1-268, Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9780203167380>
- Schmilchuk, G. (2000). Venturas y desventuras de los estudios de público. *PORTO ARTE: Revista de Artes Visuais*, 11(20). <https://doi.org/10.22456/2179-8001.27880>
- Schmilchuk, G. (2012). Públicos de museos, agentes de consumo y sujetos de experiencia. *Alteridades*, 22(44), 23-40. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S01887017201200020003&lng=es&tlng=es
- Serrano, A., Ortiz, M. y Vidal, R. (2009). La discapacidad en población geriátrica del Distrito Federal, México, año 2000. Un caso de geografía de la población. *Terra Nueva Etapa*, 25 (38),15-35. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=721/72112047002>

- Shieldhouse, R. G. (2011). *A jagged path: Tourism, planning, and development in Mexican World Heritage cities*. University of Florida.
- Sinclair, T. J. y Grieve, R. (2017). Facebook as a source of social connectedness in older adults. *Computers in Human Behavior*, 66, 363-369. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.003>
- Toepoel, V. (2013). Ageing, Leisure, and Social Connectedness: How could Leisure Help Reduce Social Isolation of Older People? *Social Indicators Research*, 113(1), 355-372. <https://doi.org/10.1007/s11205-012-0097-6>
- Tufts, S., y Milne, S. (1999). Museums: A Supply-Side Perspective. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 613-631.
- Walker, A. (2009). Commentary: The emergence and application of active ageing in Europe. *Journal of Ageing and Social Policy*, 21(1), 75-93. <https://doi.org/10.1080/08959420802529986>
- Welti-Chanes, C. (2001). Cambios socioeconómicos y sobrevivencia de la población mayor. *Demos*, 14, 25-26.
- World Health Organization-WHO. (2002). *Active ageing: A policy framework*. World Health Organization. World Health Organization.
- Yavuz, N., y Welch, E. W. (2010). Addressing fear of crime in public space: Gender differences in reaction to safety measures in train transit. *Urban studies*, 47(12), 2491- 2515.
- Yu, R. P., Ellison, N. B. y Lampe, C. (2018). Facebook Use and Its Role in Shaping Access to Social Benefits among Older Adults. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 62(1), 71-90. <https://doi.org/10.1080/08838151.2017.1402905>
- Zamorano, C., Alba, M., Capron, G., González, S., & Zamorano Villarreal, C. (2012). Ser viejo en una metrópoli segregada: adultos mayores en la ciudad de México. *Nueva Antropología*, 25(76), 83-102.

OSCAR GERARDO HERNÁNDEZ-LARA

Mexicano. Doctor por la Universidad Nacional Autónoma de México. Es maestro en estudios regionales por el Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora y licenciado en planeación territorial por la Universidad Autónoma del Estado de México. Actualmente se desempeña como profesor de tiempo completo en la Facultad de Ciencias Sociales y Políticas de la Universidad Autónoma de Baja California. Sus áreas de investigación e interés son: envejecimiento demográfico, migraciones internacionales, estudios socioterritoriales, estudios rurales. Sus publicaciones recientes son: Residential Moves Into and Away from Los Angeles Rail Transit Neighborhoods: Adding Insight to the Gentrification and Displacement Debate y Envejecimiento y rejuvenecimiento en localidades rurales en México. Apuntes en prospectiva.

BENJAMIN TONEY

Estadounidense. Doctorado en Planificación y Desarrollo Urbano en la Universidad del Sur de California. Mexicano. Licenciatura en Política Urbana y Ambiental por la Universidad Occidental. Las áreas de interés incluyen poblaciones marginadas, forma urbana y estructura social, justicia racial y activismo progresivo en la vivienda. Entre sus publicaciones recientes se incluyen: Boarnet, M. G., Giuliano, G., Painter, G., Kang, S., Lathia, S., y Toney, B. (2019). Does transportation access affect the ability to recruit and retain logistics workers? In *Empowering the New Mobility Workforce*, pp. 189-219, Elsevier.