

Licda. Adriana Salazar Miranda
Académica e investigadora, Escuela de Sociología
Universidad Nacional, Costa Rica
adriana.salazar.miranda@gmail.com

**Reflexiones metodológicas y epistemológicas de los estudios de públicos
de los museos en Costa Rica**

Resumen¹

Durante el año 2012, se realizó un estudio que tuvo como objetivo caracterizar desde un enfoque de análisis multivariado, el perfil del público visitante de tres museos ubicados en San José, capital de Costa Rica, a saber: los Museos del Banco Central de Costa Rica, el Museo Nacional de Costa Rica y el Museo de Arte Costarricense. A partir de esta experiencia, el presente trabajo plantea una reflexión de los elementos metodológicos y epistemológicos que mediaron durante todo el proceso de ejecución del estudio, así como las propuestas y líneas de investigación que surgen de esta misma experiencia. Se enmarca en el Proyecto Evaluación Interdisciplinar de Museos Nacionales, del Programa Patrimonio, Desarrollo y Sociedad de la Escuela de Sociología de la Universidad Nacional.

Palabras clave: museos, estudios de público, sociología.

Introducción

Durante el año 2012, se realizó un estudio que tuvo como objetivo caracterizar desde un enfoque de análisis multivariado, el perfil del público visitante de tres museos ubicados en San José, capital de Costa Rica, a saber: los Museos del Banco Central de Costa Rica, el Museo Nacional de Costa Rica y el Museo de Arte Costarricense. Los tres se caracterizan

¹ Esta ponencia fue presentada en el IV Encuentro Latinoamericano de Metodología en Ciencias Sociales, celebrado los días 27, 28 y 29 de agosto de 2014, en la Universidad Nacional, Costa Rica.

por ser museos ubicados en un área geográfica cercana y por tanto con contextos sociales similares, además gozan de una trayectoria y respaldo institucional importante, que permite asegurar su continuidad y consolidación. La finalidad del estudio fue establecer las características del consumidor cultural del producto museístico, tomando como marco interpretativo, la propuesta teórica de la sociología de la cultura, desarrollada principalmente por el exponente francés Pierre Bourdieu.

El estudio inició motivado por dos razones. En primer lugar, en Costa Rica las investigaciones sobre el perfil del público consumidor de los museos o de los consumidores culturales, está prácticamente ausente del debate académico y sociológico. A su vez, de los tres museos en estudio, solamente uno (Museos del Banco Central de Costa Rica), realiza estudios anuales para detectar el público que lo visita, siendo esto un vacío en la toma de decisiones de los museos y de sus encargados/as, dado que se realizan actividades y exhibiciones sin saber con certeza quién/es lo visita/n y cuáles son sus características sociales, culturales, económicas, geográficas, entre otras. En segundo lugar, este estudio es insumo de una investigación mayor que evaluará desde una perspectiva interdisciplinar (Sociología, Museología y Estadística Social), la incorporación que hacen los tres museos, de cuatro ejes transversales de acción, a saber, la equidad de género, acceso de grupos sociales urbano marginados, personas con capacidades diferenciadas y conservación del ambiente en su quehacer comunicacional y de accesibilidad al público como parámetro para determinar la contribución de estas a la consecución de una sociedad más equitativa e inclusiva.

El problema de investigación se fundamenta en que “La escasez de datos acerca de sus propios visitantes es un problema que a menudo los museos no sienten como tal, por lo que no promueven esta investigación” (De los Ángeles Margarita, Canela Mara y otros, 2008, p. 32) y que “Este tipo de estudios ayudan a conceptualizar y diseñar las exposiciones, actividades y publicaciones divulgativas en función del público-objetivo al que se destinen” (De los Ángeles Margarita, Canela Mara y otros, 2008, p. 32)

Según Hervás (s.f), la necesidad de realizar los estudios de público, tiene tres razones:

- “La evolución del museo clásico hacia un museo moderno que se manifiesta fundamentalmente en el incremento de los aspectos relacionados con la difusión y las dimensiones culturales y sociales de los mismos” (p.3).
- “La función de comunicación del museo, el acercamiento a la sociedad como base para planificar futuras actuaciones.” (p.3).
- “La necesidad de trasladar el conocimiento científico sobre el comportamiento humano al diseño expositivo y la gestión museística” (p.3). Y agrega, que este es un proceso comunicativo que trata de transmitir una serie de conocimientos, previamente transformados para que un público pueda comprenderlos, asimilarlos y por tanto dotarlos de un significado. Por tanto, el hecho de que “este público llegue a recibir de forma adecuada y eficaz estos conocimientos depende, tanto del buen funcionamiento del proceso comunicativo, como de las características receptoras de ese público: características sociodemográficas y actitudinales de los visitantes, utilización del espacio expositivo y niveles de comprensión del mensaje expuesto” (p.3).

En este sentido, la importancia de los estudios de público de los museos, se puede dimensionar en dos frentes. Primero, la importancia para los museos de contar con conocimientos de las características de sus visitantes, con el fin de realizar acciones y actividades que respondan a sus necesidades pero además establecer actividades para captar a nuevos públicos con el fin de asegurar e incrementar su visitación, dando esto sostenibilidad al museo mismo. Por otro lado, hacer estudios de públicos desde una mirada y perspectiva sociológica y museológica que se retroalimenta de las herramientas y mirada que perspectiva la estadística social, esto con el fin de hacer análisis explicativos que aporten a la comprensión de este tipo de consumo cultural, que permita en palabras de Norbert Elias (2006), ser una cazadora de mitos, en cuanto a las características sociales, culturales, educativas y simbólicas que median la visitación de museos y que permiten comprender este hecho social, contemplando diferentes aristas que desde los estudios de público tradicionales, muchas veces que invisibilizado.

A partir de esta experiencia, se plantea una reflexión de los elementos metodológicos y epistemológicos que mediaron durante todo el proceso de ejecución del estudio, así como las propuestas y líneas de investigación que surgen de esta misma experiencia.

La experiencia metodológica

Para lograr el objetivo del estudio y tomando en cuenta las características de los sujetos de información, es decir, visitantes de los tres museos, se estableció la aplicación de un metodología cuantitativa, ya que esta permite “la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, nos otorga control sobre los fenómenos y un punto de vista de conteo y magnitudes de éstos. Asimismo, nos brinda una gran posibilidad de réplica y enfoque sobre puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilitan la comparación entre estudios similares” (Hernández, Fernández y Baptista, 2003, p. 18)”. Este tipo de metodología fue idónea, en el sentido de que, como se trabajaría con tres museos diferentes, era vital que la información recolectada permitiera posteriormente hacer análisis que correspondiera a cada museo pero además un análisis comparativo. El alcance de la investigación fue exploratorio, descriptivo y explicativo. Ya que además de tener el propósito de lograr una inmersión inicial, y hacer un análisis descriptivo del público visitante, se tenía la clara convicción de explicar y entender cuáles son las dimensiones que explican la visitación y cómo entender desde los postulados de la teoría de campos, cuáles son los capitales en términos sociales, culturales y educativos que más nos permiten explicar la visitación a museos en general. Con este objetivo de detectar las dimensiones subyacentes que se midieron con el instrumento y establecer las dimensiones que se encuentran asociadas a la visitación, se aplicó un análisis de factores y posteriormente, el análisis del discriminante lineal.

La técnica de recolección de información que se utilizó fue el cuestionario estructurado aplicado mediante entrevista personal, el cual según Sierra (1992), se caracteriza por ser “aplicado a los sujetos investigados por personas especializadas en esta tarea, reclutados y preparados por la dirección de la investigación, quienes hacen a los encuestados las preguntas del cuestionario y anotan en él sus respuestas” (p. 305), como alternativa también

se previo que de ser necesario se utilizaría el cuestionario autoadministrado o simple el cual se caracteriza por el hecho de que “los encuestados , previa su lectura, contestan por escrito, sin intervención directa alguna de las que colaboran en la investigación” (p.305). Respecto a la primera opción, que fue la predominante, el equipo de trabajo estuvo conformado por nueve personas: tres investigadores titulares, cinco asistentes de investigación y un encuestador bilingüe. Previo a la aplicación en sitio, se diseñó y ejecutó una capacitación a todo el equipo de investigación sobre las características del instrumento de recolección y las especificidades del trabajo de campo, de manera que se asegurara un balance y control en la aplicación del mismo.

La población de estudio o sujetos informantes fueron las y los visitantes de cada museo, los cuales fue consultados al finalizar la visita respectiva, dado las dificultades para hacer una muestra por barrido en los museo, se planteó trabajar con una metodología controlada por el tiempo, es decir, se entrevistaba a la primera persona que saliera cada 15-20 minutos. La muestra total fue de 615 personas.

El trabajo de campo, en los tres museos, se aplicó durante el segundo semestre del 2012, en un total de cuarenta y siete días, incluyendo días entre semana (de martes a viernes) y fines de semana (sábado y domingo). Se excluyeron los días lunes, dado que no todos los museos tenían sus puertas abiertas al público, ya que destinan este día al mantenimiento de las exhibiciones e infraestructura.

Validación y prueba piloto del instrumento

Con el fin de asegurar que el instrumento respondiera a las necesidades específicas de cada museo, el instrumento fue puesto en conocimiento de los museos, de manera que pudieran hacer retroalimentaciones y recomendaciones sobre el mismo. Asegurando de esta manera una validación desde los mismos museos.

Asimismo, se aplicó una prueba piloto del instrumento a fin de medir oportunamente posibles problemas en el cuestionario². La misma fue aplicada por tres miembros del equipo de investigación, las inquietudes y retroalimentaciones de su aplicación se trabajó en una triangulación, de manera que se hicieron las correcciones del caso, asegurando para la aplicación una confiabilidad alta en la estructura de las preguntas, en el entendimiento de las mismas por parte del público visitante consultado, elementos de forma, pre codificación, pases entre preguntas, así como el tiempo de aplicación de cada instrumento.

Estructura del cuestionario aplicado

El instrumento se compone de seis apartados o bloques de preguntas para el caso de los nacionales, que en total suman sesenta y seis preguntas. Y siete bloques para el caso de las y los extranjeros que corresponde a un total de setenta preguntas. Cabe indicar que es un mismo instrumento, y de manera estratégica el bloque focalizado a personas extranjeras se ubicó al final del cuestionario. El instrumento se elaboró en dos idiomas, español e inglés³. Implicando esto el diseño total de seis instrumentos, dos por cada museo. Los bloques del cuestionario se detallan a continuación:

Perfil socio demográfico (aspectos generales del entrevistado o la entrevistada): este primer bloque se compuso de nueve preguntas introductorias, que buscan conocer datos generales de la persona entrevistada, tales como: sexo, edad, estado civil, nacionalidad, lugar donde vive, nivel educativo, carrera, estado laboral y ocupación.

Sobre visitación de museos en general y otras actividades: el objetivo de este bloque fue identificar el capital cultural del público visitante, para esto se planteó un total de once preguntas, que indagaban sobre si era la primera vez que visitaba un museo, edad que tenía al visitar un museo por primera vez, persona que lo llevó o acompañó, si le gustó o no, y, si ha visitado otros museos durante el último año. Esto nos permitía detectar si el visitante del

² La prueba piloto del instrumento se aplicó en los Museos del Banco Central.

³ Para el caso de la traducción, se contó con el apoyo de la académica de la Escuela de Literatura, de la Universidad Nacional, Máster Isabel Cristina Bolaños Villalobos.

Museo es una persona que suele visitar museos o hacer otras actividades culturales o si más bien, corresponde a un visitante casual. También se quiso determinar si existía alguna correlación entre visitación de museos y realización de otras actividades culturales.

Percepción sobre la visita al Museo: en este punto se preguntaba en concreto sobre la visita que la persona acababa de realizar según el museo de estudio, este bloque estuvo conformado por veinte preguntas, con diversidad en los temas, desde si era la primera vez que visita el Museo actual, hasta las novedades observadas, motivo de la visita, medios por los cuales obtuvo información del Museo, personas que lo acompañan, y percepciones sobre las exhibiciones expuestas (permanentes y temporales) en ese momento, entre otras.

Percepciones sobre el Museo: en este bloque se ofreció a la persona entrevistada una serie de afirmaciones sobre diversos elementos, temas o servicios del Museo, que debía calificar. Para esto se utilizó una escala *likert*, que iba desde totalmente en desacuerdo hasta totalmente de acuerdo.

Sobre otros servicios que ofrece el Museo: en este bloque se preguntó sobre otros servicios que ofrecía el museo. El fin era identificar si el visitante utilizaba las visitas guiadas, si consultó la página web, qué información buscaba y si la encontró; finalmente se pregunta si conocía la tienda del museo (en caso de existir), y en caso que respondiera que no, si la pensaba visitar después.

Bloque de preguntas de cierre: se incluyeron cuatro preguntas abiertas, que apuntaban a saber las recomendaciones y sugerencias que el público visitante deseaba realizar al Museo.

Bloque adicional para visitantes extranjeros o extranjeras: en este último bloque se preguntaban algunos datos que le brindarían a los museos información adicional sobre este visitante, tales como: hotel donde se hospeda, días de permanencia en el país, motivo de viaje, y momento en que decidió visitar el museo.

Como se puede observar, el instrumento recoge características de diversos tipos de estudios de públicos que existen actualmente. Que siguiendo a Bitgood (1996 citado en Pérez, 2008), se pueden identificar cinco grandes áreas de investigación según los “distintos aspectos relacionados con el público que habitualmente se contemplan en un museo o cualquier otro centro de divulgación científica y/o cultural (público, exposiciones, programas, servicios y atención al visitante)” (p. 49), que son: primero, las que indagan las características de las y los visitantes actuales y potenciales del museo, que incluyen la sociodemográficas y las psicológicas. Segundo, la evaluación de exposiciones. Tercero, evaluación de actividades del museo y público potencial. Cuarto, la evaluación para el diseño de los servicios generales que incluye factores ambientales que impactan en la experiencia de la visita. Quinto, la evaluación del lado humano de los servicios prestados por el museo (Bitgood 1996 citado en Pérez, 2008, p. 49). La razón de esta escogencia, fue que se debía aprovechar este primer acercamiento teórico y empírico, para tener un panorama inicial de varias facetas que se evalúan en los estudios de público. Teniendo esta primera aproximación, se podría posteriormente hacer evaluaciones que profundicen una u otra áreas según sean las necesidades de investigación y de los mismos museos.

Reflexiones epistemológicas del proceso de investigación

La invitación de repensar este proceso investigativo desde una vigilancia epistemológica, hace recordar lo que Pierre Bourdieu y Loic Wacquant (1995), señalaban, al indicar que “una práctica científica que omite cuestionamientos a sí misma no sabe, en realidad, lo que está haciendo” (p. 178). Es decir, repensar la necesidad de reflexionar y evaluar lo que se está haciendo desde la investigación social, y más específicamente desde la sociológica, dado que los objetos de estudio que se construyen, pertenecen al contexto social en el cual se desenvuelve el o la investigadora. Y en ese sentido, la naturalización de los hechos sociales, los conceptos, las metodologías y hasta las mismas técnicas seleccionadas deben ser consideradas objeto de reflexión, y aplicar la duda radical que ambos autores nos invitan.

Al respecto (Bourdieu, Chamboredon y Passeron, 2007), señalaban que “Es necesario someter las operaciones de la práctica sociológica a la polémica de la razón epistemológica, para definir, y si es necesario inculcar una actitud de vigilancia que encuentre en el completo conocimiento del error y de los mecanismos que lo engendran uno de los medios para superarlo” (p. 14).

Es decir, el sociólogo francés, Pierre Bourdieu, “invita a realizar un ejercicio de vigilancia epistemológica sobre todo el proceso de investigación. Este ejercicio debe realizarse en forma constante sobre la tarea. La propuesta es la de ser críticos y reflexivos en la elección y definición del tema a investigar, en la perspectiva teórica seleccionada, en las técnicas a utilizar y los procedimientos para analizar los datos recogidos” (Rosa, 2009, p.2).

En este sentido, las reflexiones epistemológicas giraran en cinco sentidos: la construcción del objeto de estudio, las técnicas de recolección de información, el papel de la teoría, el rol del investigador o investigadora y las condiciones propias del proceso de investigación en el marco de una institucionalidad académica.

La construcción del objeto de estudio: el objeto del estudio que alimenta esta reflexión estuvo mediado por el hecho de ser una investigación que alimentaría posteriormente una investigación mayor, es decir, sus objetivos estuvieron en función de determinar posteriormente si los museos incorporan en su quehacer comunicativo y de accesibilidad cuatro ejes que son: la equidad de género, la conservación del ambiente, personas pertenecientes a grupos sociales históricamente marginados y personas con discapacidad o capacidades especiales. Por otro lado, la elaboración del estado de la cuestión y la búsqueda de los antecedentes de investigación, tuvo como característica la ausencia de trabajos de referencia de esta índole, en el país (Costa Rica), de manera que las referencias fueron tomadas de otros países y por tanto respondiendo a contextos y características sociales, culturales y económicas completamente diferentes. A su vez, correspondían a estudios que trabajan con museos más grandes que los existentes en Costa Rica y que por tanto demandan una mayor complejidad metodológica y técnica. Finalmente, la construcción del

objeto, tuvo características iniciales que en el transcurso del proceso debió depurarse con respecto a la planificación inicial.

El papel de la teoría: Unido al punto anterior, la construcción del objeto de estudio, está mediado y transversalizado por la construcción de un marco teórico que sustentara la investigación. La importancia del marco teórico es que permite una vigilancia epistemológica de las categorizaciones y conceptos de la investigación. Asimismo, permite sustituir las prenociones y juicios de valor que las y los investigadores pueden tener al respecto. El papel de la teoría es tan fundamental que permite, antes de construir los instrumentos de recolección de información, las categorías de análisis que nos permitieran acercarnos a nuestro objeto de estudio, y en esta caso, aproximarse a su cuantificación. Como menciona Rosa (2009), “la teoría forma parte de todas las etapas del proceso de investigación, desde el inicio hasta el final de la investigación su rol es clave porque es la que permite construir el objeto de estudio y los objetivos de investigación, crear los instrumentos de recolección de datos t realizar las distintas interpretaciones de lo obtenido”.

La técnica de recolección de información: en este caso que se utilizó el cuestionario, por medio de la entrevista personal y autoadministrada, las reflexiones girarán en torno a: el riesgo de inducir las respuestas, el tiempo que debía destinar la persona, la persona que lo aplicaba y las condiciones del ambiente en que se aplicaba.

Sobre la primera, es decir, el riesgo de inducir las respuestas, partiendo de la premisa de Bourdieu de que no hay una pregunta neutral y por tanto no existe un registro totalmente neutral. Se tomaron tres medidas, revisar cuidadosamente los cuestionarios utilizados en otras investigaciones similares, para identificar las temáticas y tipos de preguntas que se hacían. A partir de esta revisión, y retomando la propuesta teórica que sustentó la investigación, se empezó a construir el instrumento, que fue constantemente revisado por miembros del equipo e investigación y finalmente sometido a valoración de los tres museos. Posteriormente, se hizo la aplicación de la prueba piloto por parte de tres investigadores del Proyecto, a fin de triangular los posibles errores y sesgos en las preguntas, a fin de corregirlo antes de la aplicación total.

Sobre el tiempo que debía destinar la persona o informante y la persona que lo aplicaba: dado que el cuestionario se debía aplicar una vez que la persona terminaba su recorrido en el museo, se tenía como desventaja que ya la persona iba de salida y podía disponer de poco tiempo, se podía sentir agotada, o simplemente nos dijera que no deseaba colaborar. En ese sentido, el tiempo de aplicación del instrumento, debía ser expedito, pues además era un instrumento largo, que requería la preparación y dominio por parte del entrevistador o entrevistadora. De manera que dentro de la capacitación de las y los investigadores que aplicarían los instrumentos, se hicieron prácticas de aplicación a fin de asegurar una duración no mayor a los quince minutos y preferiblemente tomar solamente diez minutos.

Finalmente, sobre las condiciones del ambiente en que se aplicaba, es importante indicar que dado que se contaba con el aval de los tres museos para la aplicación del trabajo de campo, las gestiones logísticas fueron muy positivas para el desarrollo de la investigación. No obstante, las condiciones y ambiente en cada museo, fueron diferentes, por cuestiones propias de espacio, infraestructura y políticas internas de los museos. Por ejemplo, en un museo se tuvieron las condiciones ideales, los y las investigadores estuvieron situados en el *lobby* del museo de manera que podían identificar el acceso y salida de las y los visitantes; en otro museo, si bien las y los investigadores pudieron colocarse en la entrada del museo, no se podrían tener sillas de manera que la persona entrevistada debí estar de pie durante el llenado del cuestionario, finalmente en otro museo dado que no había espacio en la entrada propiamente del museo, las y los investigadores debieron estar en un pasillo del museo, perdiendo con esta localización, un control sobre el acceso y salida del visitante. De manera que estos aspectos, son necesarios de visualizar porque condicionan y diferencian la forma y receptividad con que él o la visitante colaboraban con el cuestionario.

El rol del investigador o investigadora: más allá de las características o atributos deseables de un investigador o investigadora para no sesgar la investigación, en algunos de sus procesos, así como su capacidad para enfrentar ciertas situaciones o problemas que pueden surgir en el trabajo de campo, el rol del investigador o investigadora es algo que debe reflexionarse, sobretodo, cuando son equipos de trabajo, dado que la asignación de

tareas y responsabilidades, debe ser un proceso de diálogo abierto, permitiendo potenciar las habilidades y especializaciones de cada persona según la naturaleza y objetivos de la investigación. No sin olvidar, las normas básicas de trabajo que implican compromiso, análisis crítico, reflexividad, viabilidad, respeto y trabajo en equipo.

Las condiciones propias del proceso de investigación en el marco de una institucionalidad académica: dado que la investigación se desarrolla en el marco de un proyecto de investigación y extensión (acción social) de una universidad, y en la cual se deben cumplir con plazos y productos preestablecidos, muchas veces la investigación debe realizarse, sin dedicar tanto tiempo, o el tiempo necesario para reflexionar y reflexionarse dentro del propio proceso de investigación, sino más bien respondiendo a tiempos administrativos y no estrictamente académicos e intelectuales.

Algunas conclusiones preliminares y posibles líneas de investigación

En términos epistemológicos y metodológicos, el estudio realizado, y que alimenta la presente reflexión, deja varias enseñanzas y lecciones, que deberán ser tomadas en cuenta a futuro a fin de perfilar más exactamente el público visitante.

Dentro de las más importantes se puede mencionar: primero, la necesidad de incluir un equipo de investigación más grande para su aplicación; segundo, se recomienda hacer estudios sistemáticos, que incluyan la aplicación de un mismo instrumento en épocas diferentes del año en cada museo (periodos de vacaciones, apertura de exhibiciones, días gratuitos, etc.), tercero, buscar los medios para llegar a aquellas personas más difíciles de captar, por ejemplo, personas extranjeras que visitan el museo con un guía turístico, estudiantes que visitan con un o una profesora encargada, etc., de manera que queden reflejados en la muestra de manera más fiel a la realidad.

Finalmente, la principal propuesta que surge, es trabajar a profundidad las causas y motivaciones que hacen que una persona visite un museo y sobretodo que lo vuelva a visitar en el futuro, recogiendo su experiencia e historia de vida. En este sentido, se abre el

abanico de opciones metodológicas que incluso debería incluir una metodología mixta o de integración metodológica, que contemple lo cuantitativo y lo cualitativo.

Bibliografía

Bourdieu, Pierre y Alain Darbel (2003) El amor al arte. Los museos europeos y su público. Barcelona: Paidós.

Bourdieu, Pierre (1984) Sociología y cultura. Grijalbo, México.

Bourdieu, Pierre y Loic, Wacquant. Respuestas por una antropología reflexiva. México. Grijalbo, 1995.

Bourdieu, Pierre, Jean Claude Chamboredom y Jean-Claude Passeron (1996) El oficio del sociólogo, Editorial Siglo XXI Editores, México D.F.

De los Ángeles Margarita, Canela Mara y otros (2008) “Los estudios de público un instrumento de trabajo: La gestación de un proyecto” Revista de los museos de Andalucía Nº. 10. Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.

Elias, Norbert (2006) Sociología Fundamental. España: Editorial Gedisa.

Rosa, Paula (2009) La ciencia que se está haciendo. Reflexiones metodológicas de la mano de Pierre Bourdieu. Kairos. Revista de Temas Sociales. Año 13. N. 24. Noviembre de 2009. Proyecto Culturas Juveniles Urbanas. Publicación de la Universidad Nacional de San Luis.

Pérez, Eloísa (2008) “Metodología básica de la investigación de público en museos: áreas de actuación, variables implicadas, tipos de investigaciones y técnicas utilizadas” Mus-A Revista de los museos de Andalucía Nº. 10. El público y el museo. Año VI. Octubre de 2008. Junta de Andalucía, Consejería de Cultura.

Hervás Avilés Rosa M. (s.f) “La investigaciones de público en los Museos: Aportaciones de la evaluación a la museología y a las ciencias sociales” Universidad de Murcia, Departamento MIDE, España. Extraído el 19 de junio desde el sitio web http://redaberta.usc.es/aidu/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=510&Itemid=8

Salazar, Adriana, Madrigal, Álvaro y Delgado, Antonio (2011) *Evaluación Interdisciplinar de museos nacionales. Un análisis del rol que cumplen los museos en la construcción de la sociedad costarricense mediante la incorporación en su quehacer comunicacional y de accesibilidad, de cuatro ejes transversales de acción esenciales para el desarrollo de nuestra sociedad: equidad de género, acceso de grupos sociales marginados, personas con capacidades diferenciadas y conservación del ambiente*. Propuesta de proyecto FIDA 2012. Heredia: Universidad Nacional.