

**Universidad Nacional de San Martín  
Instituto de Altos Estudios Sociales**

**Especialización en Gestión Cultural y Políticas Culturales**

**Trabajo Integrador Final**

***Estudios de visitantes como política cultural pública en el marco  
del Ministerio de Cultura de la Nación: el caso del Programa  
Estudios de Públicos***

**Autora: Ana Paula Pironio**

**Directora: Mgter. Mirta Bonnin**

## Índice

Introducción .....	3
I. Un panorama del campo de los Estudios de Públicos de Museos .....	4
II. Los estudios de públicos de museos en Argentina .....	11
III. Concepto de “público” y “visitantes” en el marco de la museología .....	14
IV. Enfoques y contextos de aplicación .....	18
V. Metodologías .....	20
VI. El programa Estudios de Públicos del Ministerio de Cultura de la Nación ...	22
VII. La actividad de Programa: algunos estudios realizados .....	30
VII. Consideraciones finales .....	40
Bibliografía .....	43
Anexo I: Museos e Institutos Nacionales .....	49
Anexo II: Encuestas e instrumentos de recolección de datos.....	62

## **Introducción**

El objetivo de este Trabajo Integrador Final consiste en analizar la experiencia del Programa Estudios de Públicos del Ministerio de Cultura de la Nación desde la perspectiva de la política cultural pública.

Iniciamos brindando un panorama sobre los estudios de público de museos, historizando brevemente su desarrollo y explicitando los temas principales en los que este tipo de estudios fue poniendo el foco, y las diversas perspectivas desde las cuales se realizaron investigaciones acerca de públicos y visitantes.

Posteriormente abordamos de manera general algunos aspectos de las nuevas concepciones de los visitantes en el marco de las nuevas perspectivas acerca de los museos como son la Nueva Museología, la Museología Crítica y la Museología Social.

A continuación, enunciamos y describimos brevemente las principales metodologías generales que habitualmente se emplean en estos trabajos, diferenciando los estudios de carácter cuantitativo, cualitativo y mixtos, con las herramientas e instrumentos que les son característicos, tales como encuestas, cuestionarios, muestreos representativos, grupos focales, entrevistas en profundidad, observación, uso de fuentes secundarias, etc.

En el último capítulo, describimos y analizamos el Programa de Estudios de Públicos desarrollado en el marco del Ministerio de Cultura de la Nación, reseñando los proyectos que se han concretado, las problemáticas específicas que ha buscado saldar a partir de acciones específicas, y las proyecciones que presentan sus líneas de trabajo.

## **I. Un panorama del campo de los Estudios de Públicos de Museos**

Es un campo de los estudios amplio y diverso. Sus objetivos pueden ser identificar ciertas características de los visitantes, como determinar su perfil socio demográfico, conocer sus intereses, motivaciones y expectativas; relevar sus opiniones y representaciones, caracterizar sus modos de circulación y comportamiento en las salas de exposición; indagar acerca de los aspectos implicados en su experiencia de visita. Pueden ser estudios de diagnóstico o de estado de situación, estudios de evaluación o monitoreo, o investigaciones más amplias sobre aspectos de la relación del museo con sus visitantes efectivos o potenciales, sobre el modo en que la institución se vincula con su entorno y con las comunidades de las que forma parte.

Las denominaciones que adquiere el campo pueden variar de acuerdo a la perspectiva de análisis y al marco conceptual desde el cual se define. Hablar de “estudios de públicos” o “sobre públicos” permite pensarlos desde una perspectiva amplia, que los vincula a otras prácticas culturales y posibilita el abordaje no sólo de los visitantes que de hecho concurren al museo sino que también puede incluir los públicos virtuales, los públicos potenciales y los no-públicos, y permite asimismo vincularlo (y también diferenciarlo) del término y los alcances del concepto de “audiencia”, más asociado al campo de las industrias culturales y de la comunicación.

La concepción de la importancia de los museos en términos educativos y de aportes a la dimensión simbólica de las comunidades y sociedades, ya sea en términos de conservación del patrimonio como en relación a su interpretación y comunicación empieza a perfilarse a finales del s. XIX, pero es a partir de mediados del XX que comienza a adquirir relevancia la idea de una necesidad de un conocimiento sobre los visitantes y sus procesos a partir de estrategias y métodos sistemáticos y estructurados.

En su estudio sobre el nacimiento de los museos, Tony Bennett (1995) sostiene que los museos constituyen instrumentos de los que se sirve

la clase gobernante para construir y sostener su hegemonía. Adoptando la perspectiva de Michel Foucault, piensa a los museos como parte del sistema de las instituciones de control y disciplinamiento diseñadas para regular las conductas de los individuos y las poblaciones. Establece un paralelo entre el museo y otras modalidades de ejercicio del poder en las sociedades modernas. Así, los museos se constituyen como nuevos espacios de representación de los valores y el pensamiento burgués, ligados al coleccionismo y a la Ilustración (Reca, 2016).

En el contexto latinoamericano, la creación de los museos (sobre todo los históricos, científicos y antropológicos) y su primer desarrollo estuvo ligado a los proyectos de construcción de los estados-nación. La conformación de sus colecciones y guiones estuvo signada por el objetivo de legitimar las construcciones ideológicas de las clases hegemónicas, y los museos sirvieron así como instrumentos de definición y puesta en escena de un determinado “ser nacional”, con ciertas particularidades impuestas y definidas por las élites de cada país. Esta construcción de la identidad nacional por supuesto obviaba gran parte de las poblaciones locales y sus representaciones y, aunque luego se las fueron incluyendo en los discursos museológicos, aparecieron en general como parte de un pasado sin continuidad en el presente, y de acuerdo a una relación de colonización y “civilización”. Los museos, entendidos como instituciones educativas y científicas, debían ser parte activa del camino hacia el progreso de la Nación, tanto “hacia adentro” para difundir hábitos y formas de conocimiento “modernos” como “hacia afuera” para construir una imagen del país como nación civilizada y de riqueza natural y patrimonial (Pérez Gollán & Dujovne, 2002; Podgorny, 1996).

Es sobre todo a partir de las discusiones en torno a las nuevas museologías que se piensa al patrimonio como medio para representar y consolidar las identidades colectivas con anclaje en el presente y desde dinámicas de construcción, aunque esto signifique un replanteo y una modificación de la institución museo para lograrlo. La conformación de un

repertorio patrimonial compartido se constituye entonces como base y material estratégico para el reconocimiento y la representación de cualquier identidad, ya sea desde una visión objetual y esencialista así como desde una perspectiva dinámica y relacional que vincule esos patrimonios con los sujetos sociales que les dan sentido en tanto dan cuenta de sus procesos identitarios y culturales.

El lugar que ocupan los visitantes en la concepción del museo fue cambiando así a través del tiempo, en sintonía con los cambios institucionales motorizados por las demandas de la sociedad y las comunidades. Esta interacción necesaria obligó a comenzar a registrar, analizar y conceptualizar de algún modo ese vínculo efímero, heterogéneo e inestable.

A fines del siglo XIX y principios del XX, encontramos algunas reflexiones en torno al comportamiento de los visitantes en las salas de los museos asociado a los modos e intensidad de la apropiación de su propuesta. Así, los tempranos trabajos de B. I. Gilman, director del Boston Museum of Fine Arts hablan ya del fenómeno de “fatiga museal” (*museum fatigue*), definido a partir de observaciones sistemáticas y analizado con el fin de establecer sus principales causas (Gilman, 1916). Los estudios realizados por Edward Robinson, impulsados por la Asociación Americana de Museos en 1928 y realizados en un museo de arte y otro de ciencia, observan variables como duración de la visita, número de salas visitadas, número de obras atendidas en cada sala y tiempo de detención en cada obra. Estos trabajos tienen cierta continuidad junto a los realizados por Arthur Melton en 1933 para indagar en torno a la influencia del diseño y la configuración espacial del museo en el comportamiento de los visitantes (Pérez Santos: 2000), e identificando ciertas recurrencias como la mayor atracción que despiertan los cuadros o piezas situadas a la derecha de la entrada, o la atracción decreciente de los objetos exhibidos en una sala en función de la proximidad de la salida (*exit attraction*).

Las técnicas más “sociológicas” se utilizan desde los años 20 en

Estados Unidos, orientadas sobre todo a evaluar cuestiones relativas al aprendizaje. Así los estudios de Gibson de 1925 y luego de Bloomberg en 1929 en el Cleveland Museum of Art, se orientan a medir la “eficacia” y los resultados educativos de las visitas guiadas, el material visual y la preparación de la visita en los grupos escolares a partir de aplicación de encuestas. Asimismo, en los años 40 se dirigen las investigaciones a la evaluación de las exposiciones en relación a sus componentes y a la comprensión del mensaje expositivo: C. E. Cummings estudia estos aspectos proponiendo que estos diversos aspectos deben estar al servicio de la comprensión de ese mensaje expositivo, desarrollado a partir de un guión (“storyline”). Esta perspectiva se desarrolla en los años 40 y 50 en torno al interés creciente que adquieren la “medición de impacto” y la “eficacia” de las exhibiciones, creciendo así la importancia de la estadística y los sondeos derivados de las metodologías utilizadas para estudios de mercado. A finales de los años 50, la Smithsonian Institution comienza a analizar el impacto de sus exposiciones y en algunos otros museos comienzan a conformarse áreas específicamente dedicadas a evaluaciones de público (Pérez Santos, 2000).

En los años 50 y 60, resurge en el campo el interés por aspectos educativos (como en los trabajos de Brooks & Vernon, 1956), y por la caracterización del público, el tipo de visita y sus motivaciones. En este sentido, el trabajo de Pierre Bourdieu y Alain Darbel *El amor al arte. Los museos de arte europeos y su público*, publicado originalmente en 1966, ejerce una influencia sustancial tanto en el ámbito de la investigación como en el ámbito de los museos y espacios culturales. El modo de pensar esta relación en términos de sociología de la cultura permite plantearla en función de las condiciones sociales que la hacen posible, y en diálogo con otros campos del espacio social. Hay aquí un interés por valorar las apreciaciones y las prácticas de los visitantes y la posibilidad de cruzarlas con la reflexión sobre las desigualdades sociales en cuanto a los accesos y las prácticas culturales y los discursos que las legitiman.

Por iniciativa del Consejo Internacional de Museos (ICOM), se realiza un estudio a gran escala entre 1965 y 1968, no ya sobre el público efectivamente visitante de los museos sino respecto de las actitudes y apreciaciones acerca del arte moderno, destacándose la importancia otorgada al conocimiento previo para el acercamiento a las obras. Y en relación a la caracterización de visitantes a museos, el Natural History Museum del Instituto Smithsonian, realiza en 1969 un amplio estudio que arroja como resultado una relativa homogeneidad del público en cuanto a sus características básicas, siendo a su vez similar a la estructura del público de los museos de arte (Pérez Santos, 2000).

A fines de los años 60, Harris Shettel y Chanler G. Screven se abocan a la evaluación de grandes exposiciones, realizando aportes fundamentales para el campo, tanto teóricos como metodológicos (Loomis, 1987). Su enfoque partía de considerar las exhibiciones sobre todo como contextos educativos y con propósitos de adquisición de conocimientos, por lo tanto los modelos de evaluación propuestos estaban orientados a indagar acerca de si el aprendizaje de los visitantes se correspondía con los objetivos planteados por la muestra o el museo.

En las décadas de 1970 y 1980, el campo se delimita más específicamente y aumentan los trabajos y la bibliografía disponible sobre el tema. Se trata de un momento de renovación de los grandes museos y de cambio de rumbo de las políticas culturales del área. Debido en parte a la expansión del neoliberalismo, los museos y las instituciones culturales comienzan a ser vistas en su aspecto económico y a ser redefinida su función social; así es como deben orientarse a sus públicos y poner en práctica recursos de evaluación internos y de medición que puedan generar indicadores sobre su actividad. Surgen áreas específicas dedicadas a los estudios de visitantes, se sistematizan las investigaciones y se desarrollan las metodologías concretas a fin de generar recomendaciones concretas para la gestión de las instituciones orientadas a sus públicos. La realización de estudios por parte de los propios museos (y no por investigadores



externos) da cuenta de la importancia asignada por las instituciones a estos trabajos. Resulta importante asimismo la instalación del tema en el ámbito académico, cuando desde la museología y las ciencias sociales comienzan a interesarse por la relación públicos-museos como tema de investigación.

En las décadas siguientes el campo de los estudios de públicos se extendió y diversificó ampliamente. Se han desarrollado asimismo líneas de investigación que dan importancia a aspectos cualitativos de la visita y del visitante. En este sentido, son significativos los trabajos de Falk y Dierking (2013), que plantean la experiencia de visita en un sentido más amplio e integral, proponiendo un modelo que considera al visitante y su experiencia en tres contextos o dimensiones: sociocultural, personal y físico.

A nivel estatal, varios países han conformado sus propias estructuras para analizar los públicos de los museos. En Francia, desde 1990 funciona el Observatoire Permanent des Publics y el dispositivo estadístico Muséostat, dependiente del Departamento de Públicos de la Dirección de Museos, que trabajan con los museos dependientes del Ministerio de Cultura (Lehalle & Mironer, 1993). Se producen anualmente diferentes investigaciones orientadas a conocer a los públicos (características sociodemográficas y culturales) y los perfiles de visita (motivación, compañía), estudiar la recepción de las exhibiciones y evaluar propuestas y servicios.

En México, desde 1999 el Programa Nacional de Estudios de Público, dependiente del CONACULTA, realiza investigaciones de manera sistemática aplicando diversas estrategias metodológicas para conocer los públicos y brindar una visión general del funcionamiento y la reinterpretación de la propuesta museística<sup>1</sup>. Estos trabajos tienen como objetivo aportar nuevos elementos en el planeamiento y ejecución de proyectos, además de información para la investigación museológica.

En España, desde 2007 funciona el Laboratorio Permanente de

---

<sup>1</sup><http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/museos/mc/laboratorio-museos/que-es-el-laboratorio/presentacion.html> <http://www.estudiosdepublico.inah.gob.mx/>

Público de Museos<sup>2</sup>-en el ámbito del Ministerio de Cultura- cuyo objetivo principal es convertir la investigación sobre el público en una herramienta de gestión integrada en la actividad habitual de los museos, que ayude a la planificación y programación teniendo en cuenta los intereses y necesidades de sus visitantes.

A su vez, el Observatorio Iberoamericano de Museos desarrollado por el Programa Ibermuseos, involucra a países como Andorra, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, El Salvador, España, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal y Uruguay. El objeto de esta línea del Programa ha sido el desarrollo de los estudios de público de museos de Iberoamérica, en el contexto de una museología social cada vez más volcada hacia el servicio al ciudadano<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup><http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/museos/mc/laboratorio-museos/que-es-el-laboratorio/presentacion.html>

<sup>3</sup> <http://www.ibermuseos.org/pt/acoes/observatorio-ibero-americano-de-museus/>

## **II. Los estudios de públicos de museos en Argentina**

En Argentina, los trabajos sobre Estudios de Público generalmente forman parte de iniciativas impulsadas por los propios museos. El Museo Nacional de Bellas Artes ha realizado estudios de perfil sociodemográfico de sus visitantes y realiza estudios de evaluación en forma permanente (Chagra & Giese, 2015). El Museo de Arte Popular “José Hernández” de la ciudad de Buenos Aires desarrolla estudios cuantitativos sobre sus visitantes (perfil sociodemográfico, hábitos culturales, etc.) y un estudio permanente, de carácter cualitativo e iniciado en 2001, que indaga desde una metodología etnográfica, aplicando una perspectiva semiótica acerca de la representación e interpretación de los visitantes sobre el patrimonio cultural expuesto, focalizando especialmente en relación a ciertas nociones prototípicas relevantes para el museo, como la idea de “tradición” e “identidad”, y arte y artesanía, entre otras (Cousillas, 1997; Bialogorski & Cousillas, 2007). El Museo de las Escuelas de la ciudad de Buenos Aires parte de la consideración de los visitantes como patrimonio (Alderoqui & Pedersoli, 2011) y utiliza diversos dispositivos e instrumentos de participación y registro (registros de observación, libros de visitantes, cuadernos de registro de actividades y experiencias) para recoger relatos, comentarios y narrativas de los visitantes con el fin de incorporarlos al diseño conceptual y museográfico de las exhibiciones, evaluándolas y ajustándolas de modo permanente.

En el Museo de Antropología de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Nacional de Córdoba se vienen desarrollando diferentes indagaciones con el fin de incorporar distintas propuestas museológicas, museográficas y pedagógicas para tender lazos y acercar la antropología a los visitantes y la comunidad en general. Para ello, se desarrollaron diversos estudios cuantitativos y cualitativos, y en 2008 se creó el Laboratorio de Investigación Museística Cultural, uno de cuyos temas es la investigación sobre públicos y visitantes. Han realizado junto al área de museografía investigaciones aplicadas a los usos de las salas y las

audioguías; llevan adelante, desde 2011, estudios sobre la construcción de los visitantes sobre la propuesta cultural de la Noche de los Museos; y en 2013, realizaron un estudio que se enfoca en la relación de los institutos de formación docente y el museo (Bonnin & Zabala, 2017; Assandri & Zabala, 2010; Bonnin, 2000).

En el Museo de Ciencias Naturales de La Plata, María Marta Reca ha realizado una investigación sobre las opiniones de los visitantes en torno a la exhibición de restos humanos, tomando como referente la muestra “Ser y Pertener: un recorrido por la evolución humana” del Museo. (Reca et al, 2014).

El Museo Provincial de Ciencias Naturales “Ángel Gallardo” de Rosario realizó durante el período 2012-2013, y como material previo a su reformulación, un estudio cualitativo desde una perspectiva comunicacional sobre el público sobre la composición y características del público no escolar y sus percepciones acerca de las exhibiciones y la distribución espacial del museo en términos de “accesibilidad”, “atrapabilidad” y “atractividad” (Museo Provincial de Ciencias Naturales “Dr. Ángel Gallardo”, 2014).

Existen asimismo, casos específicos de estudios como el realizado por Conforti (2012), que trabajó con la comunidad de la ciudad de Tres Arroyos, indagando las opiniones con respecto al patrimonio arqueológico del sitio arqueológico “Arroyo Seco 2” y la exhibición que sobre el mismo se presenta en el Museo Municipal “José A. Mulazzi”; la investigación sobre público escolar realizada en la exhibición “Olavarría antes de Olavarría” (Chaparro et. al., 2013); los estudios sobre los sitios Pucará de Tilcara en Jujuy, las ruinas de Quilmes y el Parque de los Menhires en Tucumán (Endere, 2007).

Desde 2016, funciona en el marco del Ministerio de Cultura de la Nación un programa específico de estudios de públicos de museos, que retomó la actividad desarrollada desde 2013 por la Dirección de Museos ampliando sus objetivos y alcance, con el fin de brindar a los diferentes niveles de la gestión de museos datos e información cuantitativa y cualitativa

sobre sus visitantes reales y potenciales, y además, impulsar y fortalecer dentro de los museos y el interés por consolidar un espacio destinado a realizar este tipo de investigaciones.

### **III. Concepto de “público” y visitantes en el marco de la museología**

Las tendencias museológicas de la actualidad, que se han nutrido de las nuevas museologías, se enfocan en proponer diversas aperturas de la institución museo, que la vuelva más amplia, accesible y participativa, abogando por incluir nuevos actores sociales y hacerse eco de problemáticas sociales y culturales más amplias que sus funciones tradicionales de preservación, conservación y exhibición patrimonial.

La Nueva Museología surgió justamente a partir del planteo de una necesidad de redefinir el papel de los museos en la sociedad y una crítica a la perspectiva de la museología convencional. Esta museología convencional centraba las funciones y las prácticas de los museos funcionalmente en torno a las colecciones, su conservación e investigación, y la arquitectura, y sosteniendo la idea de museo como “autoridad cultural” que mantiene y comunica la “verdad”. Así, la Nueva Museología propuso tanto una renovación del lenguaje de las exhibiciones como una dinamización de las instituciones, centrándolas en la idea de que están al servicio de la sociedad en su conjunto y no sólo de ciertos grupos letrados o especialistas (Riviére, 1993).

La Museología Crítica parte de los planteos de la Nueva Museología, pero profundiza sus reflexiones en la idea de cruce, de conflicto y de debate; no entiende ya al museo como una institución comunicadora y de relativa neutralidad sino que la presenta como espacio de discusión y diálogo de los sentidos sociales. A partir entonces de la puesta en crisis y la necesidad de revisión del concepto de museo, la relación con los públicos y la ciudadanía se propone como activa, constructiva y educativa. El museo es entendido como “comunidad de aprendizaje”, institución en permanente autorreflexión, lugar social de encuentro en el que se debaten y negocian las políticas museales, discusión de las que participan tanto las comunidades de especialistas como otros actores de la ciudadanía (Hernández Hernández, 2006; Padró, 2003).

Con base en los conceptos de comunidad, territorio y patrimonio es que se define y desarrolla la corriente de pensamiento de la Museología Social (Alonso Fernández, 2003). Los nuevos enfoques en los estudios del patrimonio (Gonçalves, 2007; UNESCO, 1989; UNESCO, 2003) y la participación real y efectiva de las comunidades en la definición y gestión de los bienes culturales configuran un nuevo concepto de museo pensado como proyecto social y colectivo, como lugar de encuentro, de deconstrucción, descentralización y descolonización, con un compromiso concreto y cotidiano con el presente, con las comunidades concretas y las problemáticas que atraviesan (MICOM, 2017)

Es en este contexto donde gana protagonismo la figura del visitante, al correrse el eje que organizaba las instituciones en torno a los objetos, las colecciones y las piezas a una concepción de museo más compleja donde se considera a las personas y las comunidades con un papel más activo en relación a su vinculación con el patrimonio y con el discurso del museo.

Así, el cambio de definición del museo de una institución dedicada sobre todo a la adquisición, conservación, catalogación y estudio de sus colecciones hacia un espacio focalizado en sus visitantes, que incluso no requiere de una colección o de un patrimonio para justificar su existencia. Esta centralidad del visitante hace también que la reflexión se dirija a considerar su experiencia de visita de manera compleja, no limitándose a considerarla una situación de transmisión de conocimiento sino una experiencia transversal, en la que intervienen tanto las características propias y previas del visitante como los aspectos ofrecidos y propuestos por el museo. Así, los públicos se consideran en su amplia diversidad, los visitantes no son sólo visitantes del museo sino sujetos sociales situados, con historias de vida y recorridos intelectuales y afectivos particulares. La experiencia de visita se considera así tanto en términos individuales o personales como en su dimensión social.

Asimismo, la gran variedad de roles que asumen los museos contemporáneos así como la diversificación de las expectativas y

necesidades de sus visitantes ha promovido la búsqueda de herramientas de conocimiento sobre sus alcances en términos de públicos así como de indicadores de la relevancia de su función social en términos de comunicación, difusión e interpretación del patrimonio y la cultura. Esta centralidad del visitante, que supone un cambio de paradigma en la museología y la gestión de los museos, no es, sin embargo, algo que se sostenga claramente desde las prácticas concretas.

El viraje hacia la centralidad del visitante se encuentra enmarcado en un proceso más amplio que alcanza a diversos campos y que tiene que ver con la traslación de la atención desde el *autor* o el *texto* (propios de fines del siglo XIX y principios del XX), a un papel preponderante del *receptor*. Así, en el esquema de la “obra abierta” o la “obra en movimiento” es el receptor-lector-espectador quien encuentra y construye la interpretación de una manera activa, pasando de una idea de orden o sentido único a una de polifonía o polisemia de sentidos (Eco, 1984; Barthes, 1994). También el museo y sus propuestas pueden entonces generar diferentes lecturas, y la construcción de sentidos y significados involucra a la pluralidad de los visitantes, partiendo de las heterogeneidades y particularidades producto de sus diferentes experiencias, trayectorias, formaciones y conocimientos, matrices culturales, etc., que pueden conceptualizarse como “narrativas de entrada” (Doering & Pekakirk, 1996). Las exhibiciones, los objetos y los textos presentados por los museos se confrontan así con esa trama de saberes, experiencias y opiniones previas de los visitantes como sujetos sociales, y así confirman o amplían las narrativas personales que éstos recrean, de modo que tal como afirma Hooper-Greenhill (2007), los visitantes no necesariamente “siguen” la narrativa curatorial propuesta por el museo, sino que construyen sus propias narrativas de acuerdo a su subjetividad y a los marcos interpretativos de que disponen. Este enfoque contribuyó a otorgar mayor importancia y a complejizar el campo de los estudios de público en general. Las instancias que involucran las mediciones de impacto y los diferentes niveles de evaluación no se agotan así en “preguntarle todo



al visitante”. La necesidad de construir metodologías e instrumentos apropiados y de interpretar los resultados aparece como un aspecto fundamental de la práctica de investigación debido a que estos estudios no pueden reducirse a la mera opinión de los visitantes, ya que los museos se proponen como espacios de conocimiento e intercambio no sólo en función de las expectativas directas sino en función de propuestas que involucren el descubrimiento y la construcción de nuevas ideas y reflexiones.

#### **IV. Enfoques y contextos de aplicación**

Los estudios de públicos son, ante todo, áreas interdisciplinarias, donde pueden convivir diversos enfoques y prácticas (de la museología, la psicología, la sociología, la antropología, el marketing, la comunicación, la educación, etc.)

Eloísa Pérez Santos (2000: 58), siguiendo a Bitgood (1996) divide las áreas de aplicación de estos estudios en cinco tipologías:

1. Análisis y captación de públicos. Enfocada a identificar y analizar las características de los públicos efectivos y potenciales a través de diversas variables (sociodemográficas, psicológicas, motivacionales, de hábitos de consumo cultural, etc.) con el fin de servir de insumo para el diseño de estrategias de fidelización y captación de nuevos públicos.
2. Diseño y desarrollo de exposiciones. Involucra todas las instancias de evaluación de exhibiciones (desde el testeo o exploración previa a la evaluación final), y puede implicar tanto trabajos a largo plazo como proyectos puntuales y concretos sobre la relación que se establece entre las características de los visitantes y el contexto expositivo.
3. Diseño y desarrollo de programas de actividades o extensión. Incluye la evaluación de los programas educativos y actividades didácticas de los museos (visitas guiadas, conferencias, cursos, etc.). Estos estudios pueden involucrar una indagación sobre el público objetivo para servir de insumo al diseño y la planificación, así como evaluaciones en el transcurso o luego de la finalización de las actividades.
4. Diseño de servicios generales. Esta área incluye las investigaciones sobre factores de infraestructura y ambientales, como la climatización, la iluminación, la ubicación y comodidad de las áreas de descanso, etc. Estas variables se evalúan y estudian porque se considera que

influyen en la experiencia de visita tanto como otros aspectos de las propuestas del museo.

5. Servicios de atención al visitante. Aquí se incluye la evaluación sobre la atención, la claridad y disponibilidad de información para planificar y realizar la visita, entre otros aspectos.

En términos generales, la aplicación básica e inicial de los estudios de públicos tiene que ver con el conteo y la determinación de los perfiles de los visitantes (Hooper-Greenhill, 2006). Estos perfiles tienen en su versión más simplificada sobre todo características socio-demográficas, lo cual puede explicarse por la posibilidad de comparación que permite en relación a fuentes secundarias o externas (como estudios poblacionales como censos y sondeos realizados por organismos responsables de estadísticas). A partir de estas caracterizaciones sobre datos socio-demográficos, otros investigadores han desarrollado otras clasificaciones de los visitantes, relacionadas con variables que aporten otro tipo de información acerca de quiénes son esos públicos. Por ejemplo, la clasificación de Falk (2009) que se refiere sobre todo a los intereses y motivaciones de los visitantes.

Otros investigadores, como Mikel Asensio y Elena Pol (2002) señalan también como área de aplicación los estudios sobre perfiles de públicos pero hacen hincapié en el aspecto comunicacional y educativo: los soportes comunicativos y el análisis del impacto de la exposición en términos de aprendizaje.

Leticia Pérez Castellanos (2016) propone seguir el modelo de análisis basado en la “experiencia interactiva” desarrollado por Falk y Dierking (1992), compuesta por la interacción del contexto personal, el físico y el sociocultural. Además de diferenciar las dimensiones de la visita en relación a los tres contextos, este modelo propone comprender la experiencia desde una mirada dinámica, donde los contextos van variando y también la relación entre los mismos.

## V. Metodologías

Las metodologías cuantitativas se caracterizan por considerar a la realidad que pretenden estudiar en sus aspectos objetivos, lo cual permite que sea cuantificable. Estas metodologías conceptualizan las diferentes dimensiones del objeto de estudio en variables o indicadores susceptibles de ser medidos en términos de cantidades numéricas. Utilizan técnicas e instrumentos estadísticos para el análisis y la recolección de datos. En los estudios de público se utilizan estas metodologías cuando se quiere obtener una caracterización de los públicos en términos socio-demográficos, o cuando se quieren analizar frecuencias. Estos métodos fueron en general tomados de otros campos (como los estudios de población), y se vinculan más al concepto de audiencias o los sondeos sobre medios de comunicación o industrias culturales (Panozzo Zenere, 2018). Sin embargo, se han convertido en uno de los abordajes más extendidos en los estudios de público (muchas veces obtenidos en las mismas boleterías o ingresos de los museos) ya sea para monitorear las afluencias medidas en estos términos como a fin de obtener una primera caracterización para ir complejizando y profundizando esa primera “foto” de los visitantes.

En el caso de las metodologías cualitativas, la realidad es considerada como algo en lo que el investigador está inmerso, y que por lo tanto no puede ser del todo objetivable, ya que es modificada por el investigador y éste es modificado por ella. El objeto de estudio entonces se considera como múltiple y no puede ser reducido a variables cuantificables. En estas miradas se privilegia la aproximación y el análisis en profundidad, y considera también a los contextos. El diseño y los instrumentos suelen ser flexibles, ya que deben permitir que los hallazgos o las necesidades que aparecen en el transcurso de la investigación puedan modificar su plan y su realización. En los estudios de públicos, se utiliza la perspectiva cualitativa cuando quieren abordarse las apreciaciones y percepciones, las representaciones, las motivaciones, las experiencias y los modos de

apropiación de los visitantes con mayor profundidad y de manera más integral. Suelen utilizarse para realizar estudios exploratorios de intereses, estudios de recepción, y para evaluar las exhibiciones en cualquiera de sus momentos.

Los estudios de públicos utilizan muchas veces metodologías mixtas y técnicas provenientes de diversas disciplinas. Se constituye así como un campo multidisciplinario al combinar metodologías propias de la economía y la sociología (encuestas y cuestionarios estructurados o semi-estructurados, grupos de discusión), la antropología social y la sociología de la cultura (entrevistas etnográficas y en profundidad, observación participante y no sistemática) y la evaluación psicológica (observaciones sistemáticas, mapas conductuales y cognitivos, tests) (Pérez Santos, 2000). Los desafíos que hoy enfrenta el campo cultural y de los museos en relación a sus públicos (en torno a los cambios sociales y los consumos culturales en permanente transformación) exigen de algún modo este abordaje multidisciplinario.

## **VI. El programa Estudios de Públicos de Museos del Ministerio de Cultura de la Nación**

Las transformaciones y ampliación del campo de los estudios de públicos se dan en consonancia con una corriente de pensamiento que sostiene la necesidad de incorporar la voz activa del visitante (no ya sólo “espectador”) en las dinámicas de la institución museo. Por eso se producen coincidentemente con la expansión del uso de dispositivos interactivos en las exposiciones (con usos de tecnologías múltiples), el desarrollo de programas educativos que no se agotan en las visitas guiadas, y las propuestas expositivas que impliquen la participación y la acción de los visitantes. Por otro lado, los estudios de público y la elaboración de estadísticas de visitantes traducen las exigencias de que son objeto los museos en razón de las inversiones o partidas presupuestarias que reciben, a fin de justificar su actividad en indicadores numéricos y físicos. Esta tendencia aparece potenciada por la consolidación de las investigaciones sobre consumo cultural y los sistemas públicos de información cultural, que se han constituido en una política pública, ya que brindan datos que permiten plantear un estado de situación concreto de la dimensión cultural de las políticas públicas, dan sustento a las planificaciones y sirven como herramientas de evaluación.

Estos desarrollos forman parte y son uno de los emergentes del proceso de transformación que han sufrido y sufren los museos en relación a sus objetivos, su misión y su visión: desde el gabinete de curiosidades y la centralidad de la preocupación por la colección, la conservación y la actividad científica, hasta una concepción más actual que combina aspectos de investigación y preservación con una mirada hacia los visitantes entendidos como destinatarios y como integrantes de la propia institución. Sin embargo, la situación actual de los estudios de públicos se conforma de un panorama fragmentado, compuesto en su mayor parte por esfuerzos aislados, en general sin asignación de recursos específicos y sin ser

considerados por política cultural pública alguna. Schmilchuk (2012) atribuye esta situación en el contexto latinoamericano sobre todo al debilitamiento de los Estados y a la despreocupación de la ideología neoliberal por la cultura y las políticas culturales, lo cual dificulta la continuidad de las investigaciones, y las ha orientado hacia una mirada más mercadotécnica y funcional a corto plazo. Otro de los puntos importantes que destaca para comprender el panorama es la escasa o nula difusión de los resultados de los estudios que se realizan, lo cual conlleva un empobrecimiento del campo, por las dificultades de comparabilidad y la escasez de seminarios o encuentros de coordinación y reflexión teórica.

A pesar de este panorama general planteado, existen algunas iniciativas de considerar a los estudios de públicos como parte de una política cultural pública en relación a los museos. Una de esas iniciativas la constituye el caso que vamos a analizar (el Programa Estudios de Públicos del Ministerio de Cultura de la Nación), que se construye sobre instancias de trabajo anteriores dentro del ámbito de la gestión cultural pública y se nutre asimismo de las trayectorias de otros ámbitos, como el campo de los museos universitarios.

En línea con una tendencia general en las políticas públicas que piensa la “gestión orientada al ciudadano” se inserta la mencionada perspectiva del museo centrado en visitante, y dentro de esta mirada es que se manifiesta de forma explícita por parte del Ministerio de Cultura de la Nación la necesidad de formalizar la realización de estudios de visitantes desde la administración central. Entre las acciones de la Dirección Nacional de Museos aparece la de “impulsar investigaciones y herramientas para la realización de estudios de público de museos, en coordinación con la Coordinación de Investigación Cultural”<sup>4</sup>. En este contexto se crea en el año 2016 el Programa de Estudios de Públicos dependiente de la actual Coordinación de Investigación Cultural y en articulación con la Dirección

---

<sup>4</sup> Según Decisión Administrativa 213/2016, disponible en <https://www.boletinoficial.gob.ar/#!DetalleNorma/142475/20160322>

Nacional de Museos, potenciando las investigaciones que se venían realizando desde 2013 en el marco estatal acerca de los públicos de los Museos Nacionales.

El Programa se creó con un doble objetivo: por un lado, brindar a los diferentes niveles de la gestión de museos datos e información -cuantitativa y cualitativa- sobre sus visitantes reales y potenciales, y por el otro, generar y fortalecer dentro de los museos y las instituciones culturales el interés por consolidar un espacio destinado a realizar este tipo de investigaciones. En última instancia, la meta final se centra en potenciar a través de la generación de conocimiento, la dimensión pública de los museos, garantizar el derecho ciudadano al acceso a la cultura y al patrimonio e impactar en la relevancia que los museos tienen en sus comunidades.

En este sentido, la tradicional técnica de conteo de público, el “cuenta ganado” -dispositivo mecánico para contabilizar unidades, sin distinción entre ellas-, se vuelve insuficiente como forma de identificar y evaluar el funcionamiento de una institución. Entonces, los estudios de públicos, basados en el uso de metodologías y técnicas provenientes de las ciencias sociales, aparecen en escena con el objetivo de construir conocimiento válido acerca de los visitantes que permita abandonar preconociones, prejuicios e intuiciones acerca de los públicos y mejorar así el vínculo entre el patrimonio y la comunidad. Además, persiguen el interés por poner de relieve el “para quién” en la gestión de los museos y el patrimonio.

El desafío que encarnan las políticas culturales públicas diseñadas desde la centralidad de los organismos nacionales tiene que ver con que muchas veces se dificulta su articulación y la apropiación por parte de los demás actores involucrados en las mismas. En este caso, los museos y las administraciones intermedias, con sus heterogeneidades internas, manifiestan demandas y requerimientos particulares, derivados de las especificidades de las propias instituciones. Por eso, se hace necesario trascender las “políticas de escritorio”, diseñadas de espaldas a lo local, para anclarlas en espacios y agentes concretos que permitan un intercambio que



genere las condiciones necesarias para la factibilidad de su aplicación. Muchas veces, las administraciones centrales encuentran dificultades para poner sus agendas (abstractas) en una situación concreta de tiempo y espacio particular. Las políticas públicas se construyen muchas veces en un cruce de lógicas: las lógicas del propio proyecto y las diferentes lógicas del Estado, y se constituyen así como un sistema de relaciones complejas, que no necesariamente discurren en el marco de las reglamentaciones. Se ponen en juego, también, las tensiones entre la política entendida como “diseño” y la práctica, entendida como “implementación”. Estas dos instancias no son, en rigor, instancias separadas. Muchas veces la etapa del diseño se traslapa con la de la implementación, los modos de implementación moldean el diseño al ser las prácticas concretas y las estrategias de los actores concretos quienes hacen posible la existencia real de la política, por fuera del escritorio del funcionario (Mosse, 2005). Para esto, sólo es posible considerar la implementación y la legitimidad de los Programas sin convocar a los diferentes actores dentro de los museos y abrir espacios de diálogo para recoger criterios, observaciones y experiencias de los agentes culturales involucrados. Tanto la puesta en marcha de proyectos que sean realmente adecuados y provechosos como la utilización de los resultados dependen, en gran medida, de la implicación de las áreas y los agentes de los museos en su planificación, ejecución y aplicación. Esta implicación no puede ser, entonces, una indicación verticalista, sino que requiere de un trabajo conjunto, en el que puedan discutirse los objetivos y las acciones, con un margen de reelaboración posible que permita una renegociación del proyecto “hacia arriba”, sobre todo en contextos donde la situación presupuestaria de los museos y las condiciones de desarrollo profesional de los trabajadores son muchas veces precarias o inadecuadas.

La conformación de un programa cuya función específica es el diseño, desarrollo y la puesta en marcha de estudios sobre los públicos de los museos se apoya en la confluencia de una multiplicidad de factores.

En primer lugar, en la profesionalización del campo de la gestión cultural. Esta tendencia se advierte en la proliferación de tecnicaturas, licenciaturas, cursos y carreras de postgrado que muestran la consolidación de la gestión cultural como ámbito profesional y académico. Se trata de un campo cuya profesionalización creciente da cuenta, a su vez, del lugar estratégico que hace ya varias décadas tiene la cultura como espacio de generación de valor tanto simbólico como material. La gestión cultural, tanto pública como privada, se encuentra en un momento de expansión creciente, requiriendo el desarrollo de nuevas estrategias y herramientas conceptuales y aplicadas con las cuales poder enfrentar los nuevos desafíos del campo. Por eso se constituye en un ámbito sumamente dinámico, que integra y desarrolla permanentemente nuevas herramientas que comparten una dimensión teórica con otra de aplicación (Bayardo, 2001; Urraco Crespo, 2017). Esta situación puede identificarse en un nivel general en el campo de la gestión cultural, impulsando así el desarrollo profesional del campo. En los museos públicos, se observa que los profesionales que se desempeñan en los mismos tienen en general un nivel de formación y calificación muy alto, con años de experiencia y saberes específicos que no son reconocidos formalmente por el Estado y sus instituciones. Así, quienes sostienen y defienden la continuidad y el funcionamiento de los espacios no tienen muchas veces su continuidad laboral garantizada ni se encuentran categorizados de acuerdo a su formación y a sus trayectorias profesionales, tal como ha sido denunciado en reiteradas oportunidades por diferentes asociaciones y organizaciones<sup>5</sup> Los agentes entonces, se encuentran con tensiones constantes derivadas de las exigencias a las que se enfrentan y de la lucha por el reconocimiento profesional y laboral específico de los ámbitos donde se desempeñan.

En segundo lugar, ante la preocupación por generar indicadores y datos del sector cultural y poner en práctica indicadores culturales que

---

<sup>5</sup> <http://trabajadoresdemuseos.blogspot.com>  
<https://laculturanoeachica.wordpress.com>  
<https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/17-38046-2016-02-20.html>

permitan la comparabilidad en el tiempo y entre regiones surgen diferentes modos de abordar la medición de la cultura y el consumo cultural. El Marco de Estadísticas Culturales de UNESCO y los sistemas nacionales de información son un ejemplo de estos esfuerzos que, sin embargo, se basan en la dimensión económica de la cultura, más fácilmente cuantificable que otros aspectos más complejos. En relación a esto, podemos decir que, si bien la mirada cuantitativa resulta más inmediata y más gráfica en términos de mediciones de “impacto”, el uso de categorías estandarizadas que privilegien aspectos medibles cuantitativamente no son suficientes para dar cuenta de la complejidad de los fenómenos sociales y culturales, y, por lo tanto, no pueden ser suficiente para posibilitar una evaluación que contribuya al desarrollo y mejoramiento de los proyectos y la gestión de los museos. Además, tal como afirman Bosisio y Serbia (2006), resulta por lo menos problemático intentar abordar los fenómenos culturales y sociales con una matriz metodológica preestablecida y rígida, sino que los diversos métodos de investigación (tanto los cuantitativos como los cualitativos) deben estar disponibles y poder utilizarse con cierta flexibilidad para que puedan ajustarse las metodologías a las complejidades implícitas en el problema, y no a la inversa. Así, la indagación sobre las diversas prácticas de consumo cultural ha permitido el abordaje de las temáticas culturales desde una perspectiva económica y, al mismo tiempo, ha exigido ampliar la mirada del proceso de consumo cultural donde prevalece la dimensión socio-simbólica (Bayardo, 2018). Pero el abordaje desde la perspectiva del consumo cultural se orienta, principalmente, al campo de las industrias culturales o del espectáculo, mientras que la esfera del patrimonio es un ámbito donde aún no suele utilizarse. En alguna medida, esta postergación proviene de los resabios de la concepción esencialista y estática del patrimonio que primó en los procesos de conformación de los museos y sus colecciones, que no se ha ocupado tanto de la recepción, la apropiación y la resignificación del patrimonio por parte de los visitantes.

En tercer lugar, en el interés por conocer a los diferentes públicos que se comprende a la luz de un cambio de perspectiva que, en términos comunicacionales, supone incorporar la instancia de la recepción como una parte activa en la *construcción negociada del sentido de los discursos* y no ya como un mero receptáculo vacío, a ser “llenado” por los contenidos monolíticos que se imparten desde el polo emisor (Arfuch, 1997). Asimismo, se encuentra en línea con un contexto en el que las sociedades que se han vuelto cada vez más complejas y diversas y que, por tanto, requieren de la existencia de instituciones democráticas e inclusivas que atiendan y representen dicha diversidad. Y, por último, se apoya en la concepción del patrimonio como construcción social: la selección y la legitimación de los bienes culturales que conforman el patrimonio no es fija ni es neutral sino que es parte y resultado de la interacción del ser humano con sus semejantes y con su entorno, asumiendo así un carácter reversible y dinámico (Prats, 1997). La recepción e interpretación de ese patrimonio, por tanto, no es común para el conjunto de la sociedad ni para cualquier momento que estemos considerando. No todos los sectores sociales, etarios, ocupacionales, étnicos, regionales, se vinculan con el patrimonio cultural de la misma manera. Afirmar que los visitantes interpretan el patrimonio y se relacionan con él de maneras diferentes es comprender que en los museos y en los contextos de vinculación y exhibición patrimonial se entablan diálogos heterogéneos, y que el patrimonio cultural puede ser reformulado al considerarlo en la dimensión de sus usos sociales presentes (Arantes, 1984; García Canclini, 1999).

En sintonía con lo expuesto, y de acuerdo con Falk y Dierking (1992), si la construcción del sentido dentro del museo es el resultado de la interacción de tres contextos: el contexto personal del visitante, el contexto sociocultural al cual pertenece y el contexto físico donde ocurre la experiencia, es posible dejar de pensar a los museos como espacios de contemplación y observación pasiva para concebirllos como lugares complejos y dinámicos en los cuales interactúan el público, las colecciones y

la museología; es decir, entender a los museos como espacios donde la gente vive experiencias y sensaciones y recrea recuerdos que afianzan lazos de pertenencia con su identidad (Puebla Antequera, 2013). Los actores que impulsan los procesos de activación patrimonial son entonces múltiples y a veces con intereses contrapuestos, por tanto es importante no perder de vista que el campo del patrimonio -entendido como construcción social- es un campo de confrontación, de disputas por el sentido, atravesado por relaciones de poder, lógicas sociales y económicas. Es decir, el patrimonio es entendido -y trabajado- desde un determinado paradigma histórico-cultural. Esto último, que hace referencia a las relaciones de poder y sus mecanismos de legitimación es insoslayable al momento de trabajar en la instancia de la interpretación de los datos: ¿cómo leer las palabras de los visitantes?, ¿qué estatuto otorgarles y qué interpretaciones ensayar?, ya que se trata de voces atravesadas o tensionadas por los discursos hegemónicos en torno a una concepción dominante de “la cultura” y “los museos” que deben ser leídos siempre en contexto, a sabiendas que eso que “medimos” también lo estamos construyendo.

## VII. La actividad del Programa: algunos estudios realizados

Los principales destinatarios de las acciones del Programa de Estudios de Público fueron, hasta el momento, los Museos Nacionales dependientes de la Secretaría de Patrimonio Cultural. Las acciones se desarrollaron de manera conjunta con los equipos de cada museo para contribuir a su fortalecimiento institucional, que constituye otro de los ejes de interés de la gestión. Los Museos Nacionales mencionados, son un conjunto heterogéneo de instituciones, en su mayoría de temática histórica, que dependen de dicha Secretaría. Se ubican en su mayoría en la ciudad de Buenos Aires y algunos de ellos en distintas provincias<sup>6</sup>.

Una de las líneas de trabajo más fuertes del Programa Estudios de Públicos consistió en la identificación de los diferentes públicos efectivos de los museos nacionales, indagando fundamentalmente variables sociodemográficas y considerando algunos aspectos en relación al tipo y el modo de visita que realizan y a cómo conciben al museo: de dónde vienen, si vienen acompañados, cuáles son sus principales motivaciones para la visita, cómo se informan acerca de las diferentes propuestas, qué esperan de la visita y cómo la evalúan. En consecuencia, en 2017, y tomando como antecedente un estudio de caracterización de visitantes realizado en el año 2013 por la entonces Dirección Nacional de Patrimonio y Museos, así como las recomendaciones que a través del Sistema de Recolección de Datos de Público de Museos realiza el Observatorio Iberoamericano de Museos del Programa Ibermuseos (Programa Ibermuseos, 2015), se diseñó un estudio de caracterización anual de visitantes que fue implementado en 19 Museos Nacionales (Campassi et al, 2019e). El estudio fue ideado en un contexto de concursos y renovación de cargos directivos de los museos, y uno de sus propósitos fue que funcionara como insumo para los nuevos planes de gestión de estas instituciones. El objetivo general del estudio fue conocer tanto el perfil sociodemográfico como el perfil de visita del público asistente a

---

<sup>6</sup> para mayor información sobre los Museos Nacionales, ver el Anexo I.

los Museos Nacionales y conocer la evaluación que ellos realizan sobre diferentes aspectos del museo. Para ello se diseñó un cuestionario de veinte preguntas de respuesta cerrada y una pregunta de respuesta abierta. Asimismo, se incluyó una pregunta específica que elaboró cada museo en función de una inquietud propia para, de esta forma, promover una mayor implicación por parte de las instituciones participantes y generar datos de utilidad específica y directa para cada museo. El cuestionario fue administrado a visitantes individuales por parte del personal de los museos a la salida de las instituciones, y los visitantes a encuestar se seleccionaron de manera aleatoria -de modo que todos los individuos tuvieran la misma probabilidad de ser encuestados-. La muestra sobre la que aplicar el cuestionario se calculó en función de la población visitante de 2016 (cantidad de ingresantes a cada museo durante ese año) según las recomendaciones del Observatorio Iberoamericano de Museos y de acuerdo a la fórmula de población finita empleada para un muestreo de carácter probabilístico. La cantidad de encuestas a aplicar durante cada uno de los meses en cada museo se distribuyó en función de las variaciones del flujo de visitantes durante ese mismo año (Campassi et al, 2019e). Al ser un estudio cuantitativo y partir de una muestra representativa que permite generalizar resultados, se hizo necesaria la contextualización permanente de los datos para permitir la lectura de los mismos. El hecho de implementarse simultáneamente y con las mismas indicaciones y requerimientos de aplicación permitió que se puedan comparar datos de diferentes museos y así dar un marco de interpretación a la información cuantitativa, que por sí misma y aislada no responde a ninguna pregunta o problema real. De entre los resultados obtenidos, podemos mencionar que el perfil del visitante “medio” de los Museos Nacionales tiene las siguientes características: es mujer (58%), trabajadora en actividad (60%), de entre 31 y 40 años (24%), con estudios superiores completos (50%) y de nacionalidad y residencia argentinas (95%); asiste al museo por primera vez (75%), acompañada de su familia cercana o de su pareja (62%), en general, sin niños (78%); su

visita está enmarcada en una situación de paseo (42%); no se informa antes de asistir (49%), considera al museo como un espacio de conocimiento y aprendizaje (64%); y tiene cierto hábito de visitar museos (57%). Este perfil medio, como todos los resultados correspondientes a los datos de los 19 Museos Nacionales participantes considerados en forma global, sirvió como marco de referencia para observar los resultados de cada museo en particular, y dar cuenta así de sus especificidades. Además, permitió identificar cuáles son los perfiles que acceden con menor frecuencia (o no acceden) a los Museos Nacionales. Los resultados obtenidos, con datos de cada institución y de la totalidad de los Museos Nacionales, fueron presentados y debatidos en reuniones de trabajo en cada institución, con la participación del equipo del Programa, de los trabajadores del museo que participaron en la investigación y de todos aquellos que tuvieran contacto con los públicos y tareas de planificación. En algunos casos se sumó además el área de investigación, cuya participación resultó muy fructífera tanto para las reflexiones de la jornada como para la posterior utilización de los resultados por parte del museo. En la mayoría de los casos, se articuló además la jornada de trabajo con las reuniones previstas entre el Museo y el área de Programas Públicos y Comunitarios que funciona dentro de la Dirección Nacional de Museos y se ocupa de brindar asistencia tanto en la elaboración de contenidos como en la producción y gestión de proyectos y actividades orientadas a los diferentes públicos (escolar, jóvenes, familias, adultos mayores, personas con discapacidad, etc.).

El primer estudio focalizado en una institución, y desarrollado en conjunto con el equipo del museo nacional fue el realizado en la Casa Histórica de la Independencia de la ciudad de Tucumán (Campassi et al, 2019a). Éste tuvo por objetivo conocer las percepciones y las experiencias de visita del público asistente al museo luego de la reformulación de la propuesta expositiva que se realizó para el Bicentenario de la Declaración de la Independencia en 2016. Este estudio se enmarcó, según el campo de aplicaciones de los estudios de público, dentro del tipo de evaluación



“sumativa”, que se realiza cuando una exhibición o propuesta se encuentra ya montada y abierta al público con el fin de obtener información acerca de múltiples aspectos de su funcionamiento y de evaluar en qué medida los objetivos planteados están siendo alcanzados. Los aspectos considerados en la evaluación sumativa, pueden tener que ver con aspectos relativos al aprendizaje y a la experiencia de visita, con el grado de relevancia que pudo haber adquirido para la comunidad, con identificar efectos y apreciaciones no previstas en los objetivos, con recabar datos que puedan servir para desarrollar y mejorar la propia exhibición o propuestas futuras, etc. (Screven, 1990).

Uno de los aspectos interesantes de la existencia de un programa de este tipo es que el diseño y la realización de las investigaciones permite, a su vez, fortalecer las diferentes áreas de trabajo ya que éstas entran en diálogo de manera articulada y, en función de los resultados, se habilitan interrogantes que dan lugar a la realización de mejoras y replanteos de la propia práctica sin las complejidades que supondría una evaluación o monitoreo externo, y sin considerar la evaluación como un “examen” a superar sino como una herramienta de conocimiento destinado a contribuir y apoyar la toma de decisiones. En el caso específico del estudio implementado en la Casa Histórica se trabajó con el área educativa y los guías de sala, quienes colaboraron en la confección de las pautas de entrevistas y observación de recorridos. Se trabajó con una metodología cualitativa que combinó diferentes técnicas: entrevistas y observaciones a visitantes no guiados, observaciones de visitas guiadas y un grupo focal con docentes de diferentes niveles. Para el análisis de los recorridos se utilizó la reconocida conceptualización de Verón y Levasseur (1983) en la que se distinguen tipologías de visitantes de acuerdo a la dinámica observable durante su visita. En base a las observaciones se identificó el funcionamiento general de cada una de las salas, que fue confrontado con la información obtenida de las entrevistas. Uno de los hallazgos del estudio fue que la “Sala de Curiosos”, que había sido pensada por el equipo a cargo de

la reformulación de la exhibición como un espacio interactivo y de descanso donde los visitantes pudieran conversar, detenerse y consultar más información sobre la Casa y el período independentista, no funcionaba según lo previsto. Más allá de que los materiales que se presentaban resultaban sumamente interesantes y su formato era atractivo para los visitantes, la disposición de la sala en relación a la visita general de la Casa no favorecía la detención ya que los visitantes querían avanzar sin demorarse para llegar a la Sala de la Jura, punto culminante del recorrido histórico y espacial propuesto. Como resultado de estas observaciones, el equipo de la Casa Histórica evaluó la reubicación de algunos de los dispositivos y ensayó reformulaciones del espacio expositivo. Se potenciaron aquellos lugares que de acuerdo al estudio resultaban los más apreciados; por ejemplo, de las entrevistas se desprendió la preeminencia del registro emotivo, la valoración, por parte de los visitantes, de “estar” en la Casa, independientemente de los contenidos de la exhibición y, en ese sentido, el equipo del Museo impulsó un mayor aprovechamiento del uso de los patios, ya sea sumando espacios de descanso como incorporándolos en mayor grado al recorrido y a la experiencia de visita.

Un trabajo con algunas características similares se realizó en el Museo del Cabildo y la Revolución de Mayo en 2018 (Campassi et al, 2019d). En este caso fue el propio Museo quien solicitó la realización de un estudio de público con el objetivo de conocer los recorridos de los visitantes y detectar los objetos, textos y salas que despertaran mayor interés. Aquí, desde la gestión del museo se buscó generar información concreta que sirviera como insumo para el proyecto de cambio de la propuesta expositiva permanente. Es decir, el estudio fue previo a la reformulación y se ocupó de testear con los visitantes algunas hipótesis sobre determinados objetos de la exhibición. Se realizó en forma conjunta con el equipo del museo, trabajando sobre las apreciaciones y percepciones que tenían tanto los encargados de realizar las visitas guiadas y el personal del área educativa, como los que reciben y brindan información a los visitantes, los guardias de sala y el

personal de seguridad. Las observaciones de recorridos se realizaron en forma directa, sistemática y estructurada, sin que los visitantes los advirtieran (a fin de evitar que alteren su comportamiento). Se registraron mediante un instrumento elaborado específicamente para sistematizarlas, que consistía en un plano de cada sala con los objetos museográficos destacados de cada una y una grilla para indicar los tiempos y las interacciones previamente estandarizadas según las más frecuentes, de acuerdo a pruebas realizadas previamente. Se observaron recorridos completos, tiempos de permanencia en cada sala, tiempos de detención en los objetos seleccionados por sala, y comportamiento e interacciones de los visitantes. Los resultados obtenidos fueron tomados por el equipo del Museo para discutir y trabajar sobre las reformulaciones a la propuesta museológica y museográfica que se encuentran en proceso de elaboración. Si bien la indagación se planteó la observación del comportamiento de los visitantes bajo ciertas variables, y para ello se propuso un criterio de representatividad del universo de estudio basado en franjas etarias, se observó que el tipo de visita está en gran medida condicionado por la compañía más que por la edad. Esta variable resulta, así, más significativa que la de grupo etario para considerar el modo en que los visitantes se vinculan con la propuesta del Museo. Aquellos que recorren el museo solos o acompañados por su pareja permanecen más tiempo que el público familiar o la visita de grupos de amigos: los primeros permanecían un promedio de 33 a 28 minutos (visitantes solos y en pareja respectivamente), mientras que los segundos un promedio de 22 a 24 minutos (visitantes en compañía de amigos y familia respectivamente). Por otro lado, en relación a los focos de atención, se observó que los objetos, textos, infografías y dispositivos que muestran o recrean el trazado urbano y la vida cotidiana de la época, así como la evolución del edificio a través del tiempo son los que despiertan mayor interés e interacción por parte de los visitantes. Se confirmaron además las apreciaciones del equipo del Museo en relación a que muchos objetos que son de interés particular por su valor patrimonial o por su importancia en la construcción del guión, no son

apreciados en forma especial o destacada por los visitantes. Predomina, en cambio, un tipo de visita más general, destacándose los espacios abiertos (patios y balcones) por el acceso privilegiado al entorno urbano, cuyos edificios poseen tanto un valor arquitectónico como histórico.

Otra de las líneas de trabajo del Programa se desarrollo en torno al público juvenil. A partir de identificar que, en consonancia con una tendencia general en el ámbito de los museos (CEPAL, 2007) se trata de uno de los segmentos de más difícil alcance y que representa dentro de los visitantes a Museos Nacionales un porcentaje bajo, se decidió trabajar desde diferentes perspectivas con dicho público. Tanto los adolescentes como los jóvenes son grupos que tienden a pensar y sentir que las propuestas que le ofrecen la mayoría de los museos no los incluyen. Esto sucede sobre todo cuando prevalece la concepción tradicional del museo, con sus funciones principales dirigidas a conservar, preservar y exhibir, no tan orientadas a potenciar una experiencia de visita que involucre más activamente a los visitantes. Los estudios realizados por Silvia Alderoqui (2006) y Janette Griffin (1998) sobre las percepciones de los jóvenes estudiantes en relación a la visita a los museos dan cuenta de una necesidad de escuchar la propia voz de este grupo, en relación a cómo se construye su vínculo con el museo y con lo que éste ofrece. El Programa llevó adelante un estudio específico, con técnicas cualitativas orientadas a conocer las experiencias, percepciones y representaciones de los jóvenes de Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires respecto de la oferta museística en general; identificar barreras de acceso; explorar sus expectativas y experiencias; e indagar particularmente sobre las visitas escolares y el vínculo museo-escuela (Campassi et al, 2019c). Para este estudio, que no se enfocó en los visitantes actuales y efectivos sino en visitantes ocasionales y potenciales, se trabajó no ya en los museos mismos sino realizando grupos focales fuera de las instituciones. Los participantes de los grupos se reclutaron de entre las bases de datos provistas por una empresa de consultoría e investigación social, de acuerdo a los requerimientos del proyecto: los grupos contaron en promedio con 6

participantes cada uno, y estuvieron conformados por hombres y mujeres de 15 a 18 años (adolescentes) y de 20 a 27 años (jóvenes), de nivel socioeconómico medio-medio y medio-bajo (C2 y C3), asistentes y no asistentes a museos, y provenientes de diferentes tipos de escuelas (públicas y privadas) y de distintos barrios de CABA y GBA. De los resultados obtenidos, puede destacarse que, confrontados con la idea de visitar un museo, los jóvenes entrevistados expresaron en primer lugar ciertas percepciones negativas asociadas al desgano y aburrimiento. Sin embargo, al hablar luego de experiencias concretas de visitas a museos, las referencias son positivas. Se vuelve evidente que, una vez vencidos los prejuicios, las experiencias reales en museos fueron valiosas para los participantes, a quienes incluso les gustaría repetirlas. Y uno de los factores clave de esta valoración son las mediaciones, que ayudarían a generar experiencias significativas, distinguiendo el rol de los guías y educadores a través de estrategias que involucren la puesta en juego de las subjetividades y la reflexión a partir de saberes previos y de preguntas que despierten interés y curiosidad. Los resultados de este estudio sirvieron como complemento del trabajo *Museos Circulares*, que desarrolló la Dirección Nacional de Museos y que involucró a docentes y educadores de museos para reflexionar acerca del vínculo museo-escuela, haciendo foco en la circulación de experiencias, la planificación y proyección conjunta entre profesionales de escuelas y museos. Esta línea se orientó a la formación de públicos donde las escuelas y las familias son agentes clave pero donde además el museo debe proveer y construir experiencias significativas que inviten a los jóvenes a querer regresar.

Por último, desde el Programa, también se realizaron una serie de evaluaciones sobre eventos específicos que tuvieron lugar durante el año 2017 y 2018, uno de los cuales fue la Noche de los Museos (Campassi et al, 2019b). Se trata de un evento que ha logrado instalarse como una política cultural de la Ciudad de Buenos Aires, producto de su fuerte impacto a la hora de atraer nuevos públicos a los museos y contribuir así a la

democratización del acceso a la cultura. Para las ediciones 2017 y 2018 se realizó un estudio acerca del impacto que dicho evento tuvo para las instituciones dependientes de la Secretaría de Patrimonio Cultural que participaron del mismo: Museos e Institutos Nacionales<sup>7</sup>. Una primera hipótesis vinculada al estudio del fenómeno fue que quienes asisten a la Noche lo hacen atraídos por el carácter excepcional del evento. Una segunda fue que los asistentes no conforman el público habitual de los museos sino que esa noche los visitan con la intención de sentirse parte de un evento cultural de envergadura, a pesar de que no irían a estos espacios culturales durante el resto del año. Para conocer el perfil de los asistentes a Museos e Institutos Nacionales durante la Noche de los Museos, entonces, se confeccionó un cuestionario breve organizado en tres ejes: perfil sociodemográfico, perfil de visita durante la Noche y hábito de visita a museos y espacios culturales en general. Este cuestionario fue aplicado a los asistentes a las 22 instituciones dependientes de la Secretaría de Patrimonio Cultural localizadas en la ciudad de Buenos Aires que participaron del evento, por parte del personal de estos espacios y del Programa de Estudios de Público, a lo largo de toda la noche y respetando tres franjas horarias diferenciadas. A través de los datos obtenidos se pudieron confirmar en parte las hipótesis iniciales pero también surgieron resultados interesantes para ser profundizados y estudiados con más detalle en otras ediciones del evento. De las intuiciones preliminares se confirmó el perfil preeminentemente joven y adulto-joven de la concurrencia, y el carácter de la visita como actividad eminentemente social, que se realiza en compañía. El carácter social de la actividad se asocia, a su vez, a cierta improvisación de los circuitos donde priman la espontaneidad y la no planificación. Se observó asimismo un número relativamente alto (40%) de visitantes procedentes de distintas localidades del Gran Buenos Aires, lo cual pone de manifiesto el atractivo que despierta el evento. Por otra parte, la mayoría de los entrevistados no conocía la institución en la que fue

---

<sup>7</sup> para mayor información sobre Institutos Nacionales, ver el Anexo I.

encuestado, y un gran porcentaje manifestó como principal motivo de visita el deseo de conocerla, lo cual nos habla del potencial de esta fecha para convocar a nuevos públicos.

## **VIII. Consideraciones finales**

Se consideró la propia historia, el origen y la misión de la institución museo y su relación con los visitantes y las comunidades como una instancia ineludible en su vínculo con los públicos. La descripción y el análisis de algunos aspectos del Programa Estudios de Públicos de Museos del Ministerio de Cultura de la Nación requirió de un trabajo previo de historización y un planteo del panorama general, ya que para poder pensarlo en su dimensión de política cultural pública necesitamos situarlo en las líneas de desarrollo del campo y en el mapa de las experiencias actuales. Así, pudimos reseñar los aspectos más relevantes de los estudios llevados a cabo, destacando los aspectos relacionados con su carácter de política pública, inserta en una red institucional que debió ser considerada a fin de dar cuenta del alcance de sus líneas de trabajo. Así, de acuerdo al contexto estatal y ampliando la mirada desde las instituciones a las políticas públicas de carácter nacional, puede observarse que si bien el impulso del desarrollo de los conocimientos sobre los públicos surge desde los organismos centrales de gobierno, al desarrollarse en los museos específicos se convierte muchas veces en una práctica que se incorpora a la dinámica de funcionamiento de las instituciones implicadas.

Tal como se señaló más arriba, uno de los desafíos más importantes que suelen implicar a los estudios de públicos es el grado de utilización concreta de los resultados obtenidos, desafío señalado por muchos especialistas de diferentes ámbitos (Pérez Santos, 2018). Es esa utilización de los resultados por parte de las áreas centrales de gestión, y la utilización y apropiación tanto de los resultados como de las herramientas metodológicas por parte de los museos lo que constituiría a los estudios de visitantes como una real política pública. Al respecto, destacamos que en la experiencia relatada, el Programa



persiguió esos objetivos fundamentales al trabajar en forma articulada tanto con el personal de los museos -implicándolo en las diferentes etapas de la tarea- como con otras áreas de la Dirección Nacional de Museos. El Programa se propuso, de este modo, vincular entre sí a los equipos de trabajo y generar una articulación entre la investigación, la comunicación y la acción, de modo que -aún a pesar de las diferentes temporalidades existentes entre la investigación y la gestión, y sus sucesivos desacoples- el conocimiento generado pudiese funcionar como insumo para buena parte de los actores implicados en diferentes niveles de la gestión de los museos. En el caso del Estudio de caracterización de visitantes, por ejemplo, a través de las reuniones de trabajo en cada uno de los museos y tomando como base los datos de la investigación, los equipos de los museos reflexionaron acerca de la identidad institucional, las estrategias comunicacionales, los actores sociales con quienes se tejen alianzas, el tipo de programación que es necesario generar o potenciar, las variaciones de los públicos de acuerdo a los flujos estacionales, entre otros aspectos. Esta tarea no resulta tan sencilla cuando se abordan campos de estudio más generales (como el caso mencionado del Estudio de Públicos Juveniles, por ejemplo), cuyos resultados si bien son interesantes para pensar la realidad del ámbito de los museos, no responden a cuestiones específicas y concretas de la gestión de las instituciones particulares, o no aparece inmediatamente un modo de aplicarlo en un corto o mediano plazo.

Sin duda, en cada uno de los aspectos presentados puede profundizarse más, pero el propósito de este texto fue ofrecer un acercamiento al campo desde una experiencia particular en el contexto argentino. Podemos decir que contar con un cuerpo sistemático de datos respecto a los visitantes de los museos se ha convertido en una necesidad para la gestión de las instituciones y una herramienta para identificar su posición relativa dentro del universo museal actual. Sin

embargo, muchas veces las acciones que se proponen son percibidas por las instituciones como exigencias impuestas “desde arriba”, en un contexto donde las condiciones de desarrollo profesional no son siempre las deseables.. A partir del análisis de las prácticas, se evidencia que los resultados de las investigaciones no son elementos que puedan traducirse directamente en políticas de gestión. Los datos no hablan por sí mismos, sino que necesitan ser interpretados bajo un marco de referencia que les otorgue sentido, y para ello es necesario que sean apropiados por los propios museos. Es por ello que, tan importante como la realización de las investigaciones y la elección de las metodologías, es la articulación con los diferentes niveles de gestión implicados directa o indirectamente en el trabajo y las acciones con los públicos. El desafío se plantea entonces en relación a cómo crear las condiciones propicias tanto para la continuidad como para la utilización efectiva de todas las investigaciones.

## Bibliografía

Alderoqui, S. (2008). "Juventud y museos: el efecto mariposa". En A. M. Cortés Solano (Coord.). *Museos, Educación y Juventud* - Memorias del Encuentro Regional de América Latina y el Caribe sobre Educación y Acción Cultural en el Museo - Bogotá: CECA-ICOM .

Alderoqui, S. & Perderson, C. (2011). *La Educación en los museos: de los objetos a los visitantes*. Buenos Aires: Paidós.

Alonso Fernández, L. (2003). *Introducción a la Nueva Museología*. Madrid: Alianza.

Arfuch, L., Chaves, N. & Ledesma, M. (1997). *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós.

Assandri, S. & Zabala, M. (2010). Aproximaciones a las visitas familiares en el contexto del Museo de Antropología. En M. Holguin, M. Baquero Martín y M. Botero Saltaren (comps.). *Educación: aprender y compartir en museos*, pp. 242-253. Buenos Aires: Teseo y CECA,.

Arantes, A. (Comp.) (1984). *Produzindo o passado. Estratégias de construção de patrimônio cultural*. São Paulo: CONDEPHAAT.

Asensio, B. M. & Pol, E. (2002). *Nuevos escenarios en educación: aprendizaje informal sobre el patrimonio, los museos y la ciudad*. Buenos Aires: Aique.

Barthes, R. (1994). *La muerte del autor*. Barcelona: Paidós.

Bayardo, R. (2001). Cultura, Artes y Gestión. La profesionalización de la gestión cultural. Artículo presentado en las III Jornadas de Investigación del Instituto de Historia del Arte Argentino y Latinoamericano, FFyL, UBA.

Bayardo, R. (2018). La economía cultural, las políticas culturales y el financiamiento público de la cultura. *Turismo Y Patrimonio*, (4), 57-68. Recuperado a partir de <http://ojs.revistaturismoypatrimonio.com/index.php/typ/article/view/143>

Bennett, Tony (1995). *The Birth of the Museum*. London: Routledge

Bialogorski, M. & Cousillas, A. (2007). *Investigación del público en el museo de arte popular José Hernández: una forma de evaluación innovadora*. Buenos Aires: Jornadas La dimensión educativa de los museos de arte y centros culturales.

Bitgood, S. (1996). An overview of Visitor Studies: What is it and what methods does it use? Seminario Internacional, Museum Visitors Studies, Mérida.

Bonnin, M. (2000). "Pensando los museos antropológicos: el caso del Museo de Antropología de la Universidad Nacional de Córdoba". Simposio Repensando los museos históricos. Museo Jesuítico de Alta Gracia, Córdoba.

Bonnin, M. & Zabala, M. (2017) "Alteridades en juego" en Bialogorski, M. y Reca, M.M. (comps) *Museos y visitantes: ensayos sobre estudios de público en Argentina*. Buenos Aires: ICOM

Bosisio, W. & Serbia, J. M. (2006) Sistemas de información cultural en Argentina. Aspectos metodológicos del caso Mapa Cultural de la Argentina. *HOLOGRAMÁTICA - Facultad de Ciencias Sociales UNLZ*, 5, (3), 43 - 61. Recuperado el 16 de junio de 2018, de [http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/3/206/n5\\_v3\\_pp43\\_61.pdf](http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/3/206/n5_v3_pp43_61.pdf)

Bourdieu, P., Darbel, A. & Schnapper, D. (1969). *El amor al arte: los museos europeos y su público*. Barcelona: Paidós.

Brooks, J. A. M. & Vernon, P. E. (1956), A study of children's interests and comprehension at a science museum. *British Journal of Psychology*, 47: 175-182. doi:10.1111/j.2044-8295.1956.tb00580.x

Campassi, P.; Gutiérrez, L.; Pironio, A. & Torre, M. (2019a) *Estudio de recepción de la nueva propuesta del Museo Casa Histórica de la Independencia: Año 2016*. Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, 2019.

-- (2019b) *La Noche de los Museos 2017: perfil del público asistente a museos e institutos nacionales*. Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, 2019.

--(2019c) *Los jóvenes y los museos: estudio cualitativo sobre públicos juveniles: año 2017*. Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, 2019.

--(2019d) *Recorridos, circulación y focos de interés, Museo Nacional del Cabildo de Buenos Aires y de la Revolución de Mayo*. Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, 2019.

Chagra, N. & Giese, A. I. (2015). *¿Para quién es el museo?* Buenos Aires: Museo Nacional de Bellas Artes.

Chaparro, M. G.; Borgo, M.; Degele, P. & Vergara, D. (2013) Los Estudios de Público Escolar y la Comunicación de la Arqueología. *Facultad de Ciencias Naturales y Museo, Universidad Nacional de la Plata; Revista del Museo de la Plata: Sección Antropología*; 87; 11-2013; 459-474

CEPAL (2007): *La juventud en Iberoamérica: tendencias y urgencias* Buenos Aires, Segunda Edición Actualizada.

Conforti, M. E. (2012). El público y el patrimonio arqueológico. El caso de la comunidad de Tres Arroyos en relación con el sitio "Arroyo Seco 2" y la muestra del Museo Municipal "José A. Mulazzi". *Revista Del Museo De Antropología*, 5 (1), 131-140. <https://doi.org/10.31048/1852.4826.v5.n1.9132>

Cousillas, A. (1997). *Los estudios de visitantes a museos. Fundamentos generales y principales tendencias*. Buenos Aires: MMAJH-Secretaría de Cultura GCBA. Recuperado de: <http://www.equiponaya.com.ar/articulos/museologia02.htm>

Doering Z. D. & Pekakirk A. J. (1996) Questioning the entrance narrative. *Journal of Museum Education* 21 (3) 20-22. New York: Routledge.

Eco, U. (1984). *Obra abierta*. Buenos Aires: Planeta-Agostini.

Emond, A. M. (2002), *The Effects of Historical Art and Contemporary Art on Cognitive Dissonance and Consonance as Verbalised by Adult Visitors in a Fine Arts Museum*, tesis doctoral, Concordia, Canadá: Département d'Art Education/Concordia University. Recuperado de <http://spectrum.library.concordia.ca/1763/1/NQ73360.pdf>

Eidelman, J.; Goldstein, B.; & Roustan, M. (comps.) (2014) *El museo y sus públicos. El visitante tiene la palabra*. Barcelona: Ariel.

Endere, M. L. (2007). *Management of archaeological sites and the public in Argentina*. BAR International Series 1708, Oxford: Archaeopress.

Falk, J. H. (2009) *Identity and the Museum Visitor Experience*. Walnut Creek: Left Coast Press.

Falk, J. H. & Dierking, L. D. (1992), *The Museum Experience*. Washington: Whalesback Books.

--- (2013). *The Museum Experience Revisited*. Walnut Creek: Left Coast Press.

García Blanco, A (1999) *La exposición un medio de comunicación*. Madrid: Akal.

García Canclini, N. (1999), "El consumo cultural: una propuesta teórica". En Sunkel, G. (coord.) *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

García Canclini, N. "Los usos sociales del Patrimonio Cultural" En Aguilar Criado, Encarnación (1999) *Cuadernos Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía pp. 16-33

Gilman, B. I. (1916) Museum Fatigue. *The Scientific Monthly*, Vol. 2, No. 1 (Jan., 1916), pp. 62-74; American Association for the Advancement of Science

Griffin, J. (1998) *School museum integrated learning experiences in science*. Tesis de doctorado de la Universidad de Tecnología de Sydney.

- Hernández Hernández, F. (2006) *Planteamientos teóricos de la museología*, Gijón: Trea.
- Hooper-Greenhill, E. (2006), "Studying visitors", en S. Macdonald (ed.), *A Companion to Museum Studies*, Londres, Blackwell Publishing, pp. 363-376.
- Hooper-Greenhill, E. (2007) *Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance*. London: Routledge
- Lehalle, E. y Mironer, L. (1993). *Musées et visiteurs, un observatoire permanent des publics*. París: Direction des Musées de France.
- Loomis, R. (1987), *Museum Visitor Evaluation: New Tool for Management*, Nashville, Tennessee: American Association for State and Local History.
- Lorente, J. P. & Almazán, D. (2003). *Museología crítica y arte contemporáneo*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- MINOM-ICOM Declaración de Córdoba XVIII Conferencia Internacional de MINOM *La museología que no sirve para la vida, no sirve para nada* Córdoba/ Argentina, 2017. Recuperado de <http://www.minom-icom.net/noticias/minom-cordoba-declaration-2017-es-pt-fr-en>
- Moguillansky, M. & Papalini, V. (2015). "¿Qué sabemos sobre los públicos de las artes?" en *Reflexiones sobre los estados del arte en Argentina (1990-2015)*. Costa Rica: Congreso ALAS XXX.
- Mosse, D. (2005) *Cultivating Development. An ethnography of Aid policy and practice*. Cap 8-9 London: Pluto Press.
- Museo Provincial de Ciencias Naturales "Dr. Ángel Gallardo" (2014) *Aproximación cualitativa al público no conocido del museo*. Rosario: Ministerio de Innovación y Cultura de la Provincia de Santa Fe.
- Padró, C. (2003) "Museología crítica como forma de reflexionar sobre los museos como zonas de conflicto e intercambio", en J. P. Lorente, T. Almazán & D. Vicente (comps). *Museología crítica y arte contemporáneo*. Zaragoza: Prensas Universitarias, pp. 57-60.
- Panozzo Zenere, A. (2018) La recepción en los museos. Exploraciones de los estudios de visitantes en los museos argentinos. *Chasqui - Revista Latinoamericana de Comunicación*, No 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Ensayo, pp. 311-326) Ecuador: CIESPAL.
- Pérez Castellanos, L. (2016). "Estudios de públicos. Definición, áreas de aplicación y escalas". En Pérez Castellanos, L (Coord.). *Estudios sobre públicos y museos Volumen I. Públicos y museos ¿qué hemos aprendido?* México, D.F. Publicaciones digitales ENCRyM, INAH, pp. 20-45

Pérez Gollán, J. A. & Dujovne, M. (2002). De lo hegemónico a lo plural: un museo universitario de antropología, en *Entrepasados, Revista de Historia*, año X, número 20/21. pp. 197-208.

Pérez Santos, E. (2000). *Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones*. Gijón: Trea.

Pérez Santos, E. (2002), *La evaluación psicológica en los museos y exposiciones: fundamentación teórica y utilidad de los estudios de visitantes* (tesis doctoral), Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Psicología.

Pérez Santos E. (2018) Buenas prácticas en la investigación del público en museos en Pérez Castellanos L. (Coord.) 2018. *Estudios sobre públicos y museos Volumen III. Referentes y experiencias de aplicación desde el campo*. Ciudad de México. Publicaciones digitales Encrym-INAH

Podgorny, I. (1996). De razón a Facultad: ideas acerca de las funciones del Museo de La Plata en el período 1890-1918. *Runa, Archivo para las Ciencias del Hombre; XXII*. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

Prats, L. (1997): *Antropología y patrimonio*. Barcelona, Ariel.

Programa Ibermuseos Observatorio Iberoamericano de Museos (2015) Sistema de recolección de datos de público de museos. Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, Programa Ibermuseos.  
[http://www.ibermuseos.org/wp-content/uploads/2016/12/OIM\\_Sistema\\_de\\_Recoleccion.pdf](http://www.ibermuseos.org/wp-content/uploads/2016/12/OIM_Sistema_de_Recoleccion.pdf)

Puebla Antequera, F. (2013). Los estudios de público como herramientas para analizar la relación entre sociedad y patrimonio: el caso del Museo del Área Fundacional de Mendoza, Argentina. *Intervención*, 4 (8), 13-25.

Reca, M. M., Sardi, M., Canzani, A. & Domínguez, C. (2014). El público opina: estudio acerca de la exhibición de restos humanos en el Museo de La Plata. *Revista Del Museo De Antropología*, 7(1), 167-176.  
<https://doi.org/10.31048/1852.4826.v7.n1.9102>

Reca, M. M. (2016). *Antropología y Museos*. Buenos Aires: Biblos.

Rivière, G.H. (1993) *La Museología. Curso de museología. Textos y testimonios*. Madrid: Akal.

Rosas Mantecón, A. (2002) "Los estudios sobre consumo cultural en México", en D. Mato (comp.) *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Caracas: CLACSO. Recuperado de: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/mantecon.doc>

Schmilchuk, G. (2012). "Públicos de museos, agentes de consumo y sujetos de experiencia". *Revista Alteridades*, N° 22, Vol. 44.

Screven, C. G. (1990). Uses of evaluation before, during and after exhibit design. *ILVS Review: a Journal of Visitor Behavior*, 1(2), 36-66. International Laboratory for Visitor Studies, Dept. of Psychology, University of Wisconsin-Milwaukee

UNESCO (1989) Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular en el marco de la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. París: UNESCO. Recuperado de [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=13141&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13141&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

UNESCO (2003) Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. París: UNESCO. [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=17716&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=17716&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

UNESCO (2009) Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO. Montreal, Instituto de Estadísticas de la UNESCO.

Urraco Crespo, J. (2017) *Gestión Cultural Pública: coordenadas, herramientas, proyectos*. Buenos Aires: Ministerio de Cultura de la Nación. Recuperado de [https://www.cultura.gob.ar/gestion-cultural-publica-coordenadas-herramientas-proyectos\\_5051/](https://www.cultura.gob.ar/gestion-cultural-publica-coordenadas-herramientas-proyectos_5051/)

Verón E. y Levasseur, M. (1989). *Ethnographie de l'exposition. L'espace, l'corps et le sens*. París: Bibliothèque Publique d'Information Centre Georges Pompidou.

Wortman, A. y Bayardo, R. (2012) Consumos culturales en Argentina. *Alteridades*, 22 (44), 11- 21.

Zavala, L. Todo espacio de la vida cotidiana es museográfico, presentaciones para el *Primer Seminario Regional Permanente en Educación y Re-creación en Museos*. 16, 17, 18 de febrero de 2005. Museo de la Ciudad de Quito.



## **Anexo I: Museos e Institutos Nacionales**

## MUSEO HISTÓRICO NACIONAL DEL CABILDO Y LA REVOLUCIÓN DE MAYO



El Cabildo fue el escenario de la Revolución de Mayo de 1810, que marcó el inicio de la construcción de la Argentina. Es, por lo tanto, un edificio emblemático. El Museo Histórico Nacional del Cabildo de Buenos Aires y de la Revolución de Mayo se ocupa de ese tema central de la historia argentina y propone un recorrido por el período colonial y el proceso revolucionario que le puso fin. Su patrimonio está conformado por el propio edificio y por las colecciones integradas por documentos, pinturas y objetos de los siglos XVII al XX.

<https://cabildonacional.cultura.gob.ar/>

## MUSEO NACIONAL DE LA HISTORIA DEL TRAJE



El traje es la interfaz del individuo con el mundo, un vehículo de construcción de la identidad y un modo de comunicación social. Desde esa perspectiva, el Museo de la Historia del Traje pone de relieve a la moda y la vestimenta argentinas y latinoamericanas, enmarcándolas en su contexto social, cultural y político. Además, ofrece a actividades para diversos públicos: charlas, conferencias y seminarios para profesionales del mundo de la moda y el diseño, y encuentros, charlas, talleres y visitas guiadas para toda la familia.

<https://museodeltraje.cultura.gob.ar/>

## MUSEO HISTÓRICO NACIONAL



Es una institución emblemática del patrimonio histórico a través del cual relata la historia nacional. Se destacan las colecciones de la Revolución de Mayo y las guerras de la Independencia, las pertenencias del General San Martín como el sable que lo acompañó en la gesta libertaria. Una de las reliquias que custodia el museo es la Bandera de Macha que enarbó Manuel Belgrano, entre otros símbolos paradigmáticos de la identidad nacional.

<https://museohistoriconacional.cultura.gob.ar/>

## MUSEO MITRE



Es una casa museo de gran valor patrimonial en el sentido histórico y cultural. Fue habitada por Bartolomé Mitre y su familia desde 1859 hasta 1906. En 1907 fue comprada por el Estado Nacional y luego decretada monumento histórico en 1942. Es un museo de ambientación histórica, representativo de costumbres y modos de vida de la sociedad argentina en la segunda mitad del siglo XIX y un importante centro bibliográfico y documental.

<https://museomitre.cultura.gob.ar/>

## COMPLEJO HISTÓRICO CULTURAL MANZANA DE LAS LUCES



Fue creado en 1971 por el Decreto nº 4657/71 y ampliadas sus funciones por los decretos: 1185/73; 1454/74 y 1479/81. En 2013 cambia su nombre de Comisión Nacional a Complejo Histórico Cultural Manzana de las Luces. Son sus objetivos la restauración y conservación de los edificios históricos; la investigación con relación a instituciones, acontecimientos y personajes que desfilaron por la Manzana de las Luces; y la refuncionalización de los edificios a través de la actividad cultural.

<https://manzanadelaslucos.cultura.gob.ar/>

## CASA NACIONAL DEL BICENTENARIO



A diferencia de la mayoría de los museos nacionales, no posee una colección propia y su identidad se basa en las exposiciones temporarias y los programas de música, teatro, danza y cine que elaboran conjuntamente las diversas áreas de su equipo.

<https://casadelbicentenario.gob.ar/>

## MUSEO CASA DE RICARDO ROJAS



El museo invoca el legado de Ricardo Rojas, educador y hombre de letras. Propone diversas experiencias para conocer y reflexionar sobre su obra, la literatura argentina y latinoamericana. La casa que perteneciera al escritor cuenta con un patrimonio diverso: muebles, obras de arte, piezas arqueológicas, objetos personales y reliquias, junto a una Biblioteca y un Archivo Documental que en su conjunto, reflejan y documentan la primera mitad del siglo XX.

<https://museorojas.cultura.gob.ar/>

## MUSEO NACIONAL DE ARTE DECORATIVO



El Museo Nacional de Arte Decorativo, dedicado al diseño y las artes decorativas, posee colecciones de esculturas, pinturas, tapices, armas, libros, cerámicas, mobiliario y miniaturas, fundamentalmente europeas y orientales, de los siglos XVI al XX. A través de muestras permanentes, exhibiciones temporarias, visitas guiadas y actividades culturales, propone un diálogo entre los testimonios artísticos del pasado y las creaciones del presente. El edificio fue la residencia de la familia formada por Josefina de Alvear y Matías Errázuriz Ortúzar.

<https://museoartedecorativo.cultura.gob.ar/>

## MUSEO HISTÓRICO SARMIENTO



A través de mobiliario, objetos, documentos históricos, piezas de arte, visitas guiadas y diversas actividades culturales, el Museo reconstruye la vida y la obra de Domingo Faustino Sarmiento e invita a reflexionar sobre su figura y el período de organización del Estado Nacional. Emplazado donde funcionó la Municipalidad del Pueblo de Belgrano, cuenta con nueve salas de exposición que narran la infancia de Sarmiento, sus años como periodista y educador, su exilio en Chile, su labor docente y su actuación en la batalla de Caseros, entre otros hechos.

<https://museosarmiento.cultura.gob.ar/>

## MUSEO MALVINAS E ISLAS DEL ATLÁNTICO SUR



A través de investigaciones, muestras, talleres, charlas y otras actividades culturales, el Museo invita a conocer la geografía, la flora y la fauna de las Islas Malvinas y su historia político-cultural, en el marco más amplio de la historia regional. Además, propone recuperar las distintas experiencias sociales en torno a la guerra que se libró en 1982. Así, ofrece a los visitantes tres niveles de experiencias que vinculan la geografía de las islas con los procesos históricos de la región del Atlántico Sur

<https://museomalvinas.cultura.gob.ar/>

## MUSEO EVITA



Abrió sus puertas el 26 de julio de 2002, en conmemoración del 50 aniversario del fallecimiento de María Eva Duarte de Perón con el objetivo de exhibir a visitantes argentinos y extranjeros colecciones conformadas por el aporte patrimonial de la Familia Duarte - Álvarez Rodríguez y donaciones de particulares

<http://web.museoevita.org.ar/>

## MUSEO BIBLIOTECA CASA DEL ACUERDO DE SAN NICOLÁS



El Museo y Biblioteca de la Casa del Acuerdo de San Nicolás aloja la memoria de la reunión que, en mayo de 1852, celebraron los gobernadores de trece provincias argentinas y del pacto que precedió a la Constitución de 1853 y sentó las bases para la organización nacional y la Argentina federal. Así, la Casa del Acuerdo conforma el "Altar de la Patria" junto al Cabildo de Buenos Aires y la Casa de Tucumán, donde también se produjeron los hitos fundacionales del país.

<https://museodelacuerdo.cultura.gob.ar/>

## **PALACIO SAN JOSÉ - MUSEO Y MONUMENTO HISTÓRICO NACIONAL “JUSTO JOSÉ DE URQUIZA”**



Fue la residencia del primer presidente constitucional de Argentina. Actualmente es un espacio cultural que propone un recorrido por la historia argentina y regional del siglo XIX, a través de documentos históricos, pinturas, mobiliario y objetos antiguos.

Además, el Museo ofrece charlas, talleres, espectáculos y visitas guiadas.

<https://museourquiza.cultura.gob.ar/>

## **MUSEO NACIONAL ESTANCIA JESUÍTICA DE ALTA GRACIA Y CASA DEL VIRREY LINIERS**



Se ubica en una antigua residencia que, desde mediados del siglo XVII, formaba parte de la Estancia Jesuítica de Alta Gracia. Fue una de las tantas estancias que, a través de sus producciones, sustentaban los gastos de los jesuitas asentados a lo largo del territorio americano. A través de visitas guiadas, charlas, talleres, conciertos y actividades culturales, el Museo invita a recrear el pasado de la Estancia, en permanente diálogo con el presente.

<https://museoliniers.cultura.gob.ar/>

## **ESTANCIA DE JESÚS MARÍA - MUSEO JESUÍTICO NACIONAL**



La Estancia de Jesús María - Museo Jesuítico Nacional propone un recorrido por la historia de la antigua estancia jesuítica a través de testimonios que recrean los espacios productivos de la época. El Museo forma parte del sistema de Estancias Jesuíticas de Córdoba, declaradas por la UNESCO en el año 2000 como Patrimonio Mundial. Desde 2014 es sitio de memoria de la Ruta del Esclavo de UNESCO.

<https://museojesuítico.cultura.gob.ar/>

## MUSEO CASA HISTÓRICA DE LA INDEPENDENCIA



Está emplazado en la antigua casona en la que se declaró la Independencia de las Provincias Unidas de Sud América, el 9 de julio de 1816.

El Museo propone un recorrido para conocer cómo era la vida cotidiana en Tucumán durante el siglo XIX, la historia del Virreinato del Río de la Plata, el ideario independentista y las luchas por la emancipación de los territorios americanos.

<https://casadelaindependencia.cultura.gob.ar/>

## MUSEO HISTÓRICO DEL NORTE



Está emplazado en el antiguo Cabildo de Salta y forma parte de un complejo museístico integrado, además, por el Museo Nacional Presidente José Evaristo Urriburu y el Museo Posta de Yatasto. Los tres espacios proponen un recorrido por la historia de Salta a través de piezas de arte sacro, elementos de la cultura indígena y del periodo colonial, mobiliario del siglo XVIII, carros y galeras antiguos y documentos históricos.

<https://museodelnorte.cultura.gob.ar>

## MUSEO Y BIBLIOTECA CASA NATAL DE SARMIENTO



La casa en la que funciona el Museo fue declarada Primer Monumento Histórico Nacional en 1910 y es una de las pocas casas coloniales que siguen en pie en el centro sanjuanino luego del terremoto que azotó a la ciudad en 1944.

A través de visitas guiadas, charlas, talleres, espectáculos y exposiciones, el Museo difunde la vida, obra y vigencia del pensamiento de Domingo Faustino Sarmiento.

<https://casanatalarmiento.cultura.gob.ar/>

## MUSEO REGIONAL DE PINTURA “JOSÉ ANTONIO TERRY”



El Museo Regional de Pintura José Antonio Terry, emplazado en la antigua casa del pintor, exhibe parte de su obra que recupera la cultura tilcareña de principios de siglo pasado. A través de muestras, visitas guiadas, charlas y espectáculos, el Museo también exhibe obras de artistas contemporáneos de Tilcara y promociona la música, la danza y la literatura que se produce en la zona.

<https://museoterry.cultura.gob.ar/>

## MUSEO ROCA - INSTITUTO DE INVESTIGACIONES HISTÓRICAS



Emplazado en una antigua casona ubicada en el barrio porteño de Recoleta, fue en sus orígenes la vivienda particular de José Arce, médico, escritor, político y diplomático argentino de destacada trayectoria.

A través de exhibiciones y actividades educativas y culturales orientadas el Museo abre las puertas a la comunidad para acercarle diversas herramientas orientadas a la comprensión y el disfrute del conocimiento de la historia del período mediante distintos registros intelectuales y experienciales.

<https://museoroca.cultura.gob.ar/>

## MUSEO CASA DE YRURTIA



El Museo Casa de Yrurtia conserva y expone el legado artístico del escultor Rogelio Yrurtia y el de la pintora Lía Correa Morales, una pareja de artistas de gran protagonismo en los comienzos del siglo XX en Argentina. Los artistas donaron al Estado Nacional su casa con el mobiliario y obras de arte a través de un proyecto de ley impulsado por el político socialista Alfredo Palacios. La Casa-Museo fue abierta al público el 9 de Julio de 1949.

[museoyrurtia.cultura.gob.ar](https://museoyrurtia.cultura.gob.ar)



## PALACIO NACIONAL DE LAS ARTES



El Palais de Glace o Palacio Nacional de las Artes es un centro de exposiciones ubicado en la ciudad de Buenos Aires. Su patrimonio artístico está conformado, principalmente, por los Grandes Premios y Primeros Premios Adquisición del Salón Nacional de Artes Visuales, del cual es sede.

<https://palaisdeglace.cultura.gob.ar/>

## MUSEO NACIONAL DE ARTE ORIENTAL



El Museo se nutre de sus colecciones para conectar a los ciudadanos con un vasto arco de experiencia humana, en los más diversos tiempos y lugares. Se plantea como un museo que se encuentra en permanente movimiento y lleva adelante su misión de difundir las expresiones culturales de Asia, África y Oceanía a través de una cantidad de acciones que ocurren también fuera del espacio desde donde el museo se gestiona.

<mnao.cultura.gob.ar/>

## MUSEO NACIONAL DEL GRABADO



El Museo Nacional del Grabado está dedicado al arte de la estampa, con más de 12.500 piezas que incluyen grabados de artistas del s. XIX hasta la actualidad. Por el volumen y la calidad de su patrimonio se constituye como la única colección pública de su tipo en nuestro país. A esta colección se suma una biblioteca especializada con más de 7.000 volúmenes, y un archivo organizado por autores que reúne

catálogos de exposiciones, notas y reseñas periodísticas de grabadores argentinos, latinoamericanos y del resto del mundo. Actualmente, comparte edificio con la Casa Nacional del Bicentenario.

<museodelgrabado.cultura.gob.ar>

## INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDIOS DEL TEATRO



Fue creado en 1936 con la misión de fomentar y estimular estudios e investigaciones de la literatura dramática, del arte escénico y de las técnicas correspondientes a la realización del espectáculo teatral.

Para eso, el Instituto realiza exposiciones temporarias dedicadas a su especialidad, así como otras actividades culturales: conferencias, cursos, publicaciones, etc. Además, recibe a investigadores, estudiantes y establecimientos de todos los niveles educativos, público especializado y en general, tanto nacionales como extranjeros.

<https://inet.cultura.gob.ar/>

## INSTITUTO NACIONAL DE MUSICOLOGÍA "CARLOS VEGA"



El Instituto estudia de las diversas expresiones musicales, pasadas y presentes, creadas y practicadas en la Argentina y en otros países latinoamericanos. Los principales servicios que brinda son la asistencia técnica y asesoramiento a organismos y usuarios individuales y divulga los hechos documentados y las teorizaciones que efectúan sobre ellos sus musicólogos, a través de jornadas académicas, conferencias y publicaciones.

<https://inmcv.cultura.gob.ar/>

## INSTITUTO NACIONAL SANMARTINIANO



Creado en 1933, sus principales objetivos son la investigación histórica y la difusión de la vida, personalidad e ideario de José de San Martín, utilizando para ello las herramientas tradicionales y modernas de comunicación. Organiza cursos y conferencias en distintas disciplinas, en su sede, en establecimientos educacionales, militares, civiles y en centros de cultura de todo el país. Además, coordina las Asociaciones Culturales Sanmartinianas y los Institutos Sanmartinianos.

<https://sanmartiniano.cultura.gob.ar/>

## INSTITUTO NACIONAL BELGRANIANO



Es de su primordial competencia la investigación histórica para la realización de estudios historiográficos, críticos, filosóficos, militares, económicos, educacionales, periodísticos, jurídicos y políticos referentes a la acción pública y privada de Manuel Belgrano. Se aboca asimismo al estudio y registro de la toponimia y demás denominaciones belgranianas, formación de registros bibliográficos, iconográficos, numismáticos y filatélicos.

Difunde el conocimiento de Manuel Belgrano por medio de publicaciones, de su portal digital y a través de cursos y conferencias en su sede y en establecimientos educacionales, civiles, militares y centros de cultura del país.

<http://manuelbelgrano.gov.ar/>

## INSTITUTO NACIONAL BROWNIANO

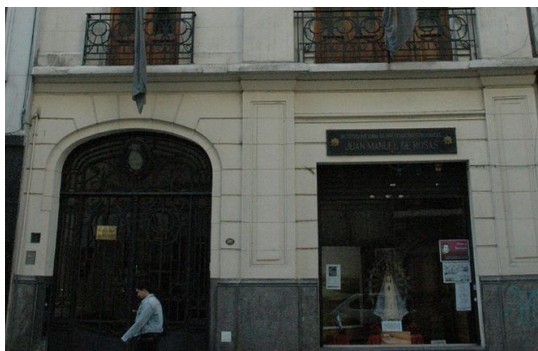


Fue creado el 22 de febrero de 1948 con el fin de exaltar la figura del Almirante Guillermo Brown, y fomentar la conciencia naval y marítima argentina.

Su actividad es de carácter histórico patriótico. Cumple sus fines por medio de la investigación y la exposición de la vida y la obra del Almirante Brown, de sus colaboradores y subordinados; la divulgación de la historia de la Armada Argentina; y el estudio y la difusión de los intereses marítimos y fluviales argentinos.

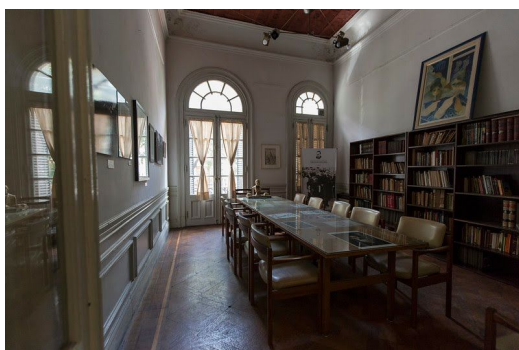
<http://www.inb.gov.ar/>

## INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIONES HISTÓRICAS “JUAN MANUEL DE ROSAS”



En 1997 se oficializa al Instituto, fijándole como finalidad primordial la enseñanza y la exaltación de la personalidad y gobierno de Don Juan Manuel de Rosas, a través de numerosas publicaciones de investigación y de difusión histórica y la realización permanente de actividades de divulgación.

## **INSTITUTO NACIONAL YRIGOYENEANO**



Su misión consiste en la investigación y los estudios historiográficos, filosóficos, sociales, jurídicos y políticos referidos a la acción pública y privada del Dr. Hipólito Yrigoyen y su época. Es por ello que, para la difusión del conocimiento acerca de su vida, personalidad e ideario, el Instituto organiza eventos culturales, seminarios, congresos, jornadas y reuniones académicas, tanto en su sede como en establecimientos educacionales, civiles, militares y centros de cultura del país.

<https://yrigoyeneano.cultura.gob.ar/>

## **INSTITUTO NACIONAL NEWBERIANO**



Nacido en 1875 como Instituto de Historia Aeronáutica Argentina "Jorge Alejandro Newbery", fue nacionalizado el 27 de mayo de 1997. Su actividad está direccionada, en su fundamento, a la investigación, difusión y conocimiento de la Historia Aeronáutica y Espacial Argentina.

<https://newberiano.cultura.gob.ar/>

## **INSTITUTO NACIONAL "JUAN D. PERÓN" DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES HISTÓRICAS, SOCIALES Y POLÍTICAS**



Tiene su sede en la ciudad de Buenos Aires, en un edificio que formaba parte de la antigua Residencia Presidencial.

El Instituto Nacional fue creado el 26 de abril de 1995, y tiene por objetivos promocionar y llevar a cabo estudios de diversa índole: históricos e historiográficos, militares, sociales y políticos referidos a Perón, su obra y su legado, y a la época en la que transcurrió su vida.

Concentra en su archivo el material existente referido al área de su competencia; esto incluye una biblioteca especializada, hemeroteca, videoteca, y un archivo de audio.

<http://www.jdperon.gov.ar/>

## **INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA Y PENSAMIENTO LATINOAMERICANO**



Realiza estudios e investigaciones en las áreas de antropología social, folklore y arqueología. Lleva adelante proyectos de recuperación, documentación y gestión del patrimonio cultural tangible e intangible. También asesora en propuestas alternativas de desarrollo socio-cultural y económico regional.

Brinda cursos de difusión y para investigadores formados. Los resultados de las investigaciones son presentados en congresos, seminarios y jornadas nacionales e internacionales.

El Museo Nacional del Hombre realiza múltiples actividades y talleres para escuelas.

<https://inapl.cultura.gob.ar/>

## **Anexo II: Encuestas e instrumentos de recolección de datos**

**Cuestionario general para Museos Nacionales  
Estudio de Caracterización de Visitantes**

**ENCUESTA 2017.  
ESTUDIO DE PÚBLICO  
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVESTIGACIÓN CULTURAL**

**Fecha:** \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_ **Hora:** \_\_\_\_\_

**Día de la semana:**

Día hábil <sup>(1)</sup>       Fin de semana/feriado <sup>(2)</sup>

**1. ¿Es usted?**

Varón <sup>(1)</sup>       Mujer <sup>(2)</sup>

**2. ¿Cuál es su edad?** \_\_\_\_\_

**3. ¿Dónde nació?** (región, país, provincia, ciudad) \_\_\_\_\_

**4. ¿Dónde vive?** (región, país, provincia, ciudad) \_\_\_\_\_

**5. ¿Cuál es su máximo nivel de estudios alcanzado?**

- Sin estudios <sup>(1)</sup>  
 Estudios Primarios <sup>(2)</sup>  
 Estudios Secundarios <sup>(3)</sup>  
 Estudios Terciarios o Universitarios. ¿Cuál/es? <sup>(4)</sup> \_\_\_\_\_  
 Estudios de Posgrado <sup>(5)</sup>

**6. ¿Cuál es su actividad principal actual? Marcar solo una opción**

- Estudiante no universitario <sup>(1)</sup>       Estudiante terciario o universitario <sup>(2)</sup>       Ama/o de casa <sup>(3)</sup>  
 Desempleado <sup>(4)</sup>       Trabaja en relación de dependencia <sup>(5)</sup>  
 Trabaja por su cuenta <sup>(6)</sup>       Está jubilado <sup>(7)</sup>  
 Se dedica a otro tipo de actividad, ¿cuál? <sup>(8)</sup> \_\_\_\_\_

**7. ¿Su actividad principal se relaciona con la cultura, el patrimonio o la temática del Museo?**

- Sí. ¿Cuál es? <sup>(1)</sup> \_\_\_\_\_  
 No <sup>(2)</sup>

**8. ¿Es su primera visita a este museo?**

- Sí <sup>(1)</sup>  
 No. ¿Cuándo visitó el museo por última vez? <sup>(2)</sup>  
 En el último año. ¿Cuántas veces lo ha visitado en ese período (sin incluir la visita de hoy)? <sup>(1)</sup> \_\_\_\_\_  
 En los últimos 2 años <sup>(2)</sup>  
 Hace más de 2 años <sup>(3)</sup>

**9. ¿Visitó otro/s museo/s en el último año?**

(Determinar qué museos son aunque el entrevistado no recuerde los nombres)

- Sí. ¿Cuál/es? <sup>(1)</sup> \_\_\_\_\_  
 No <sup>(2)</sup>

**10. ¿Con quién vino hoy? Marcar sólo una opción**

- Solo <sup>(1)</sup>  
 Con mi pareja <sup>(2)</sup>  
 Con mi familia cercana <sup>(3)</sup>      ¿Con cuántas personas? \_\_\_\_\_  
 Con mis amigos <sup>(4)</sup>      ¿Con cuántas personas? \_\_\_\_\_  
 Con otros parientes, colegas <sup>(5)</sup>      ¿Con cuántas personas? \_\_\_\_\_  
 Grupo de visita turística <sup>(6)</sup>  
 Grupo tercera edad <sup>(7)</sup>  
 Otro tipo de grupo <sup>(8)</sup>

**11. ¿Vino con niños menores de 12 años?**

- Sí. <sup>(1)</sup>      ¿Con cuántos? \_\_\_\_\_  
 No <sup>(2)</sup>

**12. ¿Cómo se enteró de la existencia del Museo? Marcar una sola opción**

- No lo conocía <sup>(1)</sup>     Ya lo conocía <sup>(2)</sup>     Amigos o familiares <sup>(3)</sup>     Ámbito educativo <sup>(4)</sup>  
 Internet <sup>(5)</sup>       Redes sociales <sup>(6)</sup>     Oficina turística <sup>(7)</sup>  
 Otro medio. ¿Cuál? <sup>(8)</sup> \_\_\_\_\_

**13. ¿Por qué vino hoy? Marcar una sola opción**

- Por casualidad **(en caso de seleccionar esta opción, pasar a la P\_15)** <sup>(1)</sup>  
 Como parte de un paseo <sup>(2)</sup>  
 Conocer las colecciones o exhibiciones permanentes <sup>(3)</sup>  
 Visitar las exposiciones temporarias <sup>(4)</sup>  
 Volver a ver o completar una visita anterior que no pudo terminar <sup>(5)</sup>  
 Mostrar el museo a amigos, conocidos o familiares <sup>(6)</sup>  
 Por motivos profesionales o de estudios <sup>(7)</sup>  
 Estar incluido en una visita turística <sup>(8)</sup>  
 Ver el edificio por dentro <sup>(9)</sup>  
 Participar en una actividad organizada por el Museo <sup>(10)</sup>  
 Por recomendación <sup>(11)</sup>  
 Por otro motivo. ¿Cuál? <sup>(12)</sup> \_\_\_\_\_

**14. ¿Cómo se informó acerca de los horarios y actividades del Museo? Marcar una sola opción**

- No me informé <sup>(1)</sup>       Página web del museo <sup>(2)</sup>       Otras páginas web <sup>(3)</sup>  
 Redes sociales del museo <sup>(4)</sup>     Otras redes sociales <sup>(5)</sup>       Oficina turística <sup>(6)</sup>  
 Otro medio. ¿Cuál? <sup>(7)</sup> \_\_\_\_\_

**15. ¿Cómo ha realizado la visita? Marcar una sola opción**

- Lo visité por mi cuenta <sup>(1)</sup>     Hice la visita guiada del museo <sup>(2)</sup>     Con un guía externo al museo <sup>(3)</sup>



**16. Le voy a leer una serie de aspectos y servicios del Museo. Por favor valore cada uno de ellos dentro de la escala del 1 al 5 (1 Malo, 2 Regular, 3 Bueno, 4 Muy Bueno, 5 Excelente) o no sabe.**

La exhibición principal	1	2	3	4	5	NS
La información y orientación recibida para recorrer el museo	1	2	3	4	5	NS
La iluminación y climatización de las salas	1	2	3	4	5	NS
El estado de conservación del Museo y sus instalaciones	1	2	3	4	5	NS
Las visitas guiadas	1	2	3	4	5	NS
La oferta de actividades culturales complementarias	1	2	3	4	5	NS

Comentario: .....

**17. En relación a los textos, valore los siguientes aspectos dentro de la escala del 1 al 5 (1 Malo, 2 Regular, 3 Bueno, 4 Muy Bueno, 5 Excelente) o no sabe.**

Tamaño de la letra	1	2	3	4	5	NS
Extensión de los textos	1	2	3	4	5	NS
Claridad del contenido de los textos	1	2	3	4	5	NS

Comentario: .....

**18. Si tuviera que caracterizar al museo según su visita de hoy, diría que principalmente es:**

*Marcar sólo una opción*

- Un lugar de conocimiento y aprendizaje <sup>(1)</sup>  
 Un espacio de recreación y esparcimiento <sup>(2)</sup>  
 Una institución destinada a conservar el patrimonio <sup>(3)</sup>  
 Otro. ¿Cuál? <sup>(4)</sup> .....

**19. Pregunta específica del Museo.**

**20. En general, la valoración que hace del Museo es...**

- Muy buena <sup>(1)</sup>     Buena <sup>(2)</sup>     Regular <sup>(3)</sup>     Mala <sup>(4)</sup>

**21. Si tuviera que caracterizar su experiencia de visita del día de hoy con una frase o adjetivo, ¿cuál sería?**

.....  
.....

**¡Muchas Gracias!**

**Instrumento para observación de recorridos  
Museo Casa Histórica de la Independencia**

**OBSERVACIÓN DE RECORRIDOS - visitantes no guiados**

Día	
Hora de inicio de la visita	

Visitante/s observado/s	
Individual	joven
	adulto
	adulto mayor
Familia (describir composición)	
Pareja	joven
	adulta
	adulta mayor
pares	jóvenes
	adultos
	adultos mayores
turista (si es posible, identificar procedencia)	

<b>Comportamiento inicial</b>	
Consultan, piden información:	recorrido
	folletos
Otras observaciones	

Folleto del Museo	Hay
	Lo lleva
	Lo deja
	Lo lee

## SALA 1. Bienvenida e introducción

**Intención del guión de Sala 1:** "Experiencia emocional, intelectual y estética" "Anticipación emocional" "Debería ser el lugar donde hacer sentir el sitio histórico, vivenciar la atmósfera de la historia con la que se tomará contacto"

### SECCIÓN I

**Intención del guión:** "Pausa entre la calle y la inmersión en el museo" "Aquí se invita a las personas a entrar en la historia cruzando ese portal que sostiene a la puerta original de la casa"

Objeto	Foto	Detención		
Banner con instrucciones para el uso de la Aplicación			Pregunta	
			Comenta	
			Descarga	
			Uso fácil	
			Uso difícil	
Infografía táctil fachada de la casa:			Mira	
			Se detiene	
			Toca	
Texto: "quizás no se presenta situación más crítica para los pueblos..."			Lee	
			Comenta	
Puertas:			Mira	
			Comenta	

### SECCIÓN II

**Intención del guión:** "Llegada a la Casa de Tucumán hace 200 años, facilitando un paralelo con el presente" "Textos sobre la época y Tucumán, contados a través de las historias que puedan contar tres piezas claves que referían a la vida cotidiana local y a llegar como viajero (congresal o turista). Tres vitrinas, una pieza central (petaca de viaje)"

Objeto	Foto	Detención		
Vitrina I detrás de la puerta (mate/jarras):			Mira	
			Comenta	
Réplica del mate			Mira	
			Pregunta	
			Toca	
			Comenta	
Vitrina II detrás de la puerta (candelabro/ escribanía de viaje)			Mira	
			Comenta	
Texto ¿Fueron las naciones los principales actores...?			Lee	
			Comenta	
Mapa			Mira	
			Comenta	
Vitrina III (Campana)			Mira	
			Comenta	

Vitrina IV Angel			Mira	
			Comenta	
Petaca de viaje			Mira	
			Comenta	
Espejo			Mira	
			Comenta	
Marcador realidad aumentada con texto			uso	
			preguntas	
			comentarios	
Texto "La independencia, un camino de anhelos e incertidumbres"			Lee	
			Comenta	
Otros				

### SECCIÓN III

Historia de la Casa. "Sus reconstrucciones físicas y simbólicas."

Objeto	Foto	Detención		
Farel conecta las secciones II y III			Mira	
			Comenta	
Vitrina detrás de la petaca: corte construcción templo/ fotos/ llave/ componente ornamental de la fachada			Mira	
			Comenta	
Texto (inicio de la secuencia de las fotos)			Lee	
			Comenta	
FOTOS Foto de Paganelli			Mira	
			Comenta	
Foto primera reforma			Mira	
			Comenta	
Foto segunda reforma			Mira	
			Comenta	
Texto (al final de la secuencia de las fotos)			Lee	
			Comenta	
Vitrina con libro y telégrafo			Mira	
			Comenta	
Arcón			Mira	
			Comenta	
Marcadores de realidad aumentada			Uso	
			Interacción	
			Preguntas	

OBSERVACIONES GENERALES SALA 1		
Privilegio de		textos
		objetos
Museo como		lugar de encuentro / recreativo
		lugar de conocimiento/ aprendizaje
Otros		
Recorrido general (estrategias de apropiación que adopta el visitante). Pueden ser mixtos.	Hormiga	
	Mariposa	
	Pez	
	Langosta	
	Otro	

**Hormiga.** Sigue un camino específico y toma mucho tiempo para observar todo. Se sitúa a una distancia reducida de lo que observa. Comparativamente, el tiempo de visita es más largo que otros tipos. Evita, en lo posible, atravesar espacios vacíos. Es exhaustiva. Se mueve por lo general por un interés pedagógico y receptivo. Visita ordenada, comprendiendo y aceptando la lógica de la exhibición.

**Mariposa.** Se mueve en zig-zag, movimiento de alternancia. Tiempo de visita semi-largo. Como la hormiga, intenta evitar atravesar grandes espacios vacíos. A diferencia de la hormiga, parece no moverse por interés pedagógico, si por interés y curiosidad. No sigue un camino específico, busca primero una visión de conjunto y luego es más selectiva, movida por intereses precisos (sabe lo que busca, tiene o elabora un plan de visita). Como la hormiga, su visita es ordenada, comprendiendo y aceptando la lógica de la exhibición.

**Pez.** Se mueve en el centro de las salas y evita ver la exposición al detalle. El tiempo de visita es comparativamente corto. Las paradas son raras. El pez procede sobre todo por "ralentizaciones", que le permitan mirar "de lejos". Su visita es una especie de "paseo". Busca una "visión de conjunto". Motivación más "genérica". Estrategia opuesta a las mariposas: no tienen (rechazan incluso) el plan. No respetan la cronología o la lógica de la exhibición.

**Langosta.** Avanza por saltos. Parece que, viendo de lejos algo que le interesa, se dirige hacia allí sin vacilar. Tiempo de visita corto. Paradas escasas. Atraviesa sin problemas amplios espacios vacíos. Como los peces, no tienen motivación específica; pero, a diferencia de ellos realizan una apropiación puramente personal, subjetiva y más activa que los peces.

**SALA 2: El Virreinato**

Objeto	Foto	Detención		
Mueble			Mira	
			Comenta	
Vitrina: cuadros / objetos religiosos / cerámica precolombina			Mira	
			Comenta	
Vitrina: ave			Mira	
			Comenta	
Réplica ave			Mira	
			Pregunta	
			Toca	
			Comenta	
Vitrina: documento, objetos, nomencladores			Mira	
			Comenta	
Texto "Las invasiones inglesas y el surgimiento de las milicias criollas"			Lee	
			Comenta	
Texto "Una ciudad en transformación"			Lee	
			Comenta	
Marcadores de realidad aumentada			Uso	
			Interacción	
			Preguntas	
<b>OBSERVACIONES GENERALES SALA 2</b>				
Privilegio de			textos	
			objetos	
Museo como			lugar de encuentro / recreativo	
			lugar de conocimiento/ aprendizaje	
Otros				
Recorrido general (estrategias de apropiación que adopta el visitante). Pueden ser mixtos.			Hormiga	
			Mariposa	
			Pez	
			Langosta	
			Otro	

### SALA 3: La guerra de la independencia

Objeto	Foto	Detención		
Cañón y foto			Mira	
			Comenta	
Texto: "La batalla de Tucumán fue decisiva para la defensa del territorio rioplatense"			Lee	
			Comenta	
Vitrina grande: uniforme, arma, vajillas, mueble, cuadro, sillón			Mira	
			Comenta	
Texto: "La crisis de la monarquía y los movimientos justistas americanos" (desglosado en dos paneles)			Mira	
			Comenta	
Vitrina sables			Mira	
			Comenta	
Vitrina: facsimil documentos, carta de San Martín			Mira	
			Comenta	
Textos sobre la vitrina documentos (dos paneles)			Lee	
			Comenta	
Texto (pared de la puerta)			Lee	
			Comenta	
Marcadores de realidad aumentada			Uso	
			Interacción	
			Preguntas	
<b>OBSERVACIONES GENERALES SALA 3</b>				
Privilegio de			textos	
			objetos	
Museo como			lugar de encuentro / recreativo	
			lugar de conocimiento/ aprendizaje	
Otros				
Recomido general (estrategias de apropiación que adopta el visitante). Pueden ser mixtos.	Hormiga			
	Mariposa			
	Pez			
	Langosta			
	Otro			

**SALA 4: La sociedad tucumana y las ideas de independencia**

Objeto	Foto	Detención		
Vitrina sillón			Mira	
			Comenta	
Vitrina sillas y otros.			Mira	
			Comenta	
Texto "Crisis de 1815..."			Lee	
			Comenta	
Interactivo Batalla de Tucumán (pantalla táctil)			Mira	
			Interactúa	
			Pregunta	
			Comenta	
Vitrina: mortero, candelabro, otros			Mira	
			Comenta	
Texto "Asamblea del XIII..."			Lee	
			Comenta	
Marcadores de realidad aumentada			Uso	
			Interacción	
			Preguntas	
<b>OBSERVACIONES GENERALES SALA 4</b>				
Privilegio de			textos	
			objetos	
Museo como			lugar de encuentro / recreativo	
			lugar de conocimiento/ aprendizaje	
Otros				
Recorrido general (estrategias de apropiación que adopta el visitante). Pueden ser mixtos.	Horniga			
	Mariposa			
	Pez			
	Langosta			
	Otro			



SALA 5. Sala para curiosos. Lecturas interactivas

Leen los tarjetones? Cuáles? (Mueble "Para saber más...")	
¿Por qué será que la noticia de la Independencia se celebró en Bs.As 10 días después?	
¿Qué lugar ocupaba la religión en la vida cotidiana de los y las tucumanas?	
A las 10 de la noche, S. M. de Tucumán quedaba a oscuras y en silencio, ¿por qué?	
¿Qué relación había entre las caract. de la región y los oficios de los sectores populares?	
¿Conocés los vasos de noche?	
¿Conocés las cigarreras?	
Revistero Leen las misceláneas del revistero? Cuáles?	
Empanadas. Sello nacional	
Argentina negra	
Fiestas y celebraciones	
Historias en papel	
Quechua y aymara	
Yo no le canto a la luna	
¿Quién es la patria?	
La guerra en los tiempos de la independencia	
Leen / se llevan los folletos?	
Una casa con historia / sacá tus fotos	
Juguemos en el patio	
Un largo viaje	
¿A festejar que somos libres!	
Usan el banco	
Usan mesas y sillas	
Salen al patio?	
Tiempo de permanencia en la sala	
Cumple función de	recreación
	detención
	descanso
	reflexión
Otras observaciones sobre el uso de la sala	

**SALA 6A. El Congreso. Los debates sobre las formas de gobierno**

Objeto	Foto	Detención		
Texto "El Congreso de Tucumán entre la guerra y la deliberación"			Lee	
			Comenta	
Vitrina con periódicos de la época			Mira	
			Comenta	
Escudo			Mira	
			Comenta	
Réplica de escudo (y texto en braille)			Mira	
			Pregunta	
			Toca	
			Comenta	
Congresales (dispositivo interactivo)			Mira	
			Interactúa	
			Pregunta	
			Comenta	
Texto La soberanía del pueblo: viejos y nuevos protagonistas			Lee	
			Comenta	
Marcadores de realidad aumentada			Uso	
			Interacción	
			Preguntas	
<b>OBSERVACIONES GENERALES SALA 6A</b>				
Privilegio de			textos	
			objetos	
Museo como			lugar de encuentro / recreativo	
			lugar de conocimiento/ aprendizaje	
Otros				
Recorrido general (estrategias de apropiación que adopta el visitante). Pueden ser mixtos.			Hormiga	
			Mariposa	
			Pez	
			Langosta	
			Otro	

**SALA 6B. Declaración de la Independencia.**

Objeto	Foto	Detención		
Cuadros de Congresales			Mira	
			Comenta	
Vitrina: Acta de la Declaración / Tintero			Mira	
			Comenta	
Audio			Escucha	
			Comenta	
Marcadores de realidad aumentada			Uso	
			Interacción	
			Preguntas	
<b>OBSERVACIONES GENERALES SALA 6B</b>				
Privilegio de			textos	
			objetos	
Museo como			lugar de encuentro / recreativo	
			lugar de conocimiento/ aprendizaje	
Otros				
Recorrido general			Hormiga	
			Mariposa	
			Pez	
			Langosta	
			Otro	

## PATIOS / EXPERIENCIA DE LA CASA

Intención del guía: "Comprensión y vivencia del espacio" "Circulación, observación y asociación"

<b>PRIMER PATIO (si no visita los patios, pasar a SALIDA)</b>	
Uso de galerías	
Observaciones	

<b>SEGUNDO PATIO (si no visita los patios, pasar a SALIDA)</b>	
Maqueta háptica	
Observaciones / comentarios	
Uso de galerías	
¿Conexión con Sala de curiosos?	
Tienda	
Observaciones	

<b>TERCER PATIO (si no visita los patios, pasar a SALIDA)</b>	
Galería de placas	
Relieves de Lola Mora	
Observaciones	

<b>SALIDA</b>		
Comportamientos de salida / actitudes	entusiasmo / excitación	
	cansancio / aburrimiento	
otros		
Observaciones / comentarios		
Hora en que finaliza la visita		
Duración total del recorrido		

1. ¿Cuál es tu edad? \_\_\_\_\_
2. ¿Dónde vivís? Marcar sólo una opción
- CABA Barrio \_\_\_\_\_
- GBA Localidad \_\_\_\_\_
- Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_
3. ¿Con quién viniste esta noche? Marcar sólo una opción
- Solo  Pareja  Amigos  Familia  Grupo mixto
- Otro. ¿Cuál? \_\_\_\_\_
4. ¿Conocías el Museo / Instituto? Marcar sólo una opción
- Sí  No
5. ¿Por qué viniste? Marcar sólo una opción
- Para participar de una actividad específica. ¿Cuál? \_\_\_\_\_
- Para conocer el museo / instituto
- Por estar dentro de un circuito
- Por estar cerca
- Por casualidad
- Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_
6. ¿Fulste o vas a ir a otros museos / Institutos hoy? Marcar sólo una opción
- Sí ¿A cuál/es? \_\_\_\_\_
- No
7. ¿Asististe a otras ediciones de la Noche de los Museos? Marcar sólo una opción
- Sí  No.
8. ¿Visitaste algún museo en el último año?
- Sí ¿A cuál/es? \_\_\_\_\_
- No
9. Por último ¿cómo caracterizarías -principalmente- a los museos / Institutos? Marcar sólo una opción
- Como lugares de conocimiento y aprendizaje
- Como espacios de recreación y esparcimiento
- Como instituciones destinadas a conservar el patrimonio

MUSEOS NACIONALES EN  
**LA  
 NOCHE  
 DE LOS  
 MUSEOS  
 15 AÑOS**

**PLANTILLA  
 DE REGISTRO**

MUSEOS / INSTITUTOS  
 NACIONALES 2018  
 ESTUDIO DE PÚBLICO

<b>MUSEO / INSTITUTO</b>	
<b>CANTIDAD DE ASISTENTES</b>	DE 20 a 22 HS.: _____ DE 22 a 24 HS.: _____ DE 24 HS. AL CIERRE: _____ TOTAL: _____
<b>OBSERVACIONES</b>	

