

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

---

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

**Resumen**

El presente trabajo plantea una reflexión de los elementos metodológicos y epistemológicos que mediaron durante todo el proceso de ejecución de un estudio realizado durante los años 2012 y 2013, que tuvo como objetivo caracterizar desde un enfoque de análisis multivariado, el perfil del público visitante de tres museos ubicados en San José, Costa Rica: los Museos del Banco Central de Costa Rica, el Museo Nacional de Costa Rica y el Museo de Arte Costarricense. Dicho estudio y la presente reflexión, se enmarcan en el quehacer del Proyecto Evaluación Interdisciplinar de Museos Nacionales, del Programa Patrimonio, Desarrollo y Sociedad de la Escuela de Sociología de la Universidad Nacional.

**Palabras clave:** museos, estudios de público, sociología.

**Características del estudio del perfil del público visitante de los museos en Costa Rica**

Durante los años 2012 y 2013, se realizó un estudio que tuvo como objetivo caracterizar desde un enfoque de análisis multivariado, el perfil del público visitante de tres museos ubicados en San José, capital de Costa Rica, a saber: los Museos del Banco Central de Costa Rica, el Museo Nacional de Costa Rica y el Museo de Arte Costarricense. Los tres se caracterizan por ser museos ubicados en un área geográfica cercana y por tanto con contextos sociales similares, además gozan de una valiosa trayectoria y de un respaldo

institucional, que aseguran la continuidad y sostenibilidad en el largo plazo. La finalidad del estudio fue establecer las características del consumidor cultural del producto museístico, tomando como marco interpretativo, la propuesta teórica de la sociología de la cultura, desarrollada principalmente por el exponente francés Pierre Bourdieu.

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

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

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

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

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

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

### **La experiencia metodológica del estudio**

Para lograr el objetivo del estudio y tomando en cuenta las características de los sujetos de información, es decir, visitantes de los tres museos, se estableció la aplicación de un metodología cuantitativa, ya que esta permite “la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, nos otorga control sobre los fenómenos y un punto de vista de conteo y magnitudes de éstos. Asimismo, nos brinda una gran posibilidad de réplica y enfoque sobre puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilitan la comparación entre estudios similares” (Hernández, Fernández y Baptista, 2004, p. 18). Este tipo de metodología fue idónea, en el sentido de que, como se trabajaría con tres museos diferentes, era vital que la información recolectada permitiera posteriormente hacer análisis que correspondiera a cada museo pero además un análisis comparativo. El alcance de la investigación fue exploratorio, descriptivo y explicativo. Ya que además de tener el propósito de lograr una inmersión inicial, y hacer un análisis descriptivo del público visitante, se tenía la clara convicción de explicar y entender cuáles son las dimensiones que explican la visitación y cómo entender desde los postulados de la sociología de la cultura, cuáles son los capitales en términos sociales, culturales y educativos que permiten explicar la visitación a museos en general. Con este objetivo de detectar las dimensiones subyacentes que se midieron con el instrumento de recolección de información y establecer las dimensiones que se encuentran asociadas a la visitación, se aplicó un análisis de factores y posteriormente, un análisis del discriminante lineal.

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

se previó que de ser necesario se utilizaría el cuestionario autoadministrado o simple el cual se caracteriza por el hecho de que “los encuestados , previa su lectura, contestan por escrito, sin intervención directa alguna de las que colaboran en la investigación” (p.305). El equipo de trabajo estuvo conformado por nueve personas<sup>1</sup>: tres investigadores titulares, cinco asistentes de investigación y un encuestador bilingüe. Previo a la aplicación en sitio, se diseñó y ejecutó una capacitación a todo el equipo de investigación sobre las características del instrumento de recolección y las especificidades del trabajo de campo, de manera que se asegurara un balance y control en la aplicación del mismo.

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

El trabajo de campo, en los tres museos, se aplicó durante el segundo semestre del 2012, en un total de cuarenta y siete días, incluyendo días entre semana (de martes a viernes) y fines de semana (sábado y domingo). Se excluyeron los días lunes, dado que no todos los museos tenían sus puertas abiertas al público, ya que destinan este día al mantenimiento de las exhibiciones e infraestructura. La tabulación y el análisis de la información se extendieron hasta el año 2013.

**Validación y prueba piloto del instrumento:** con el fin de asegurar que el instrumento respondiera a las necesidades específicas de cada museo, el instrumento fue puesto al conocimiento de los museos, de manera que pudieran hacer retroalimentaciones y recomendaciones sobre el mismo. Asegurando de esta manera una validación desde los mismos museos.

---

<sup>1</sup> **Investigadores titulares:** Licda. Adriana Salazar Miranda, M.A. Álvaro Madrigal Mora, MSc. Antonio Delgado Ballester. **Asistentes del proyecto de investigación:** Bach. Mayra Brown Vargas, Ashley Charles Harvy. **Estudiantes colaboradores de la investigación:** Mariel Lucia Rojas Montoya, Priscilla Tenorio, Iván Mora Villalta. **Entrevistador bilingüe:** Percy Piedra.

Asimismo, se aplicó una prueba piloto del instrumento a fin de medir oportunamente posibles problemas en el cuestionario<sup>2</sup>. La misma fue aplicada por tres miembros del equipo de investigación, las inquietudes y retroalimentaciones de su aplicación se trabajó en una triangulación, de manera que se hicieron las correcciones del caso, asegurando para la aplicación final una alta confiabilidad en la estructura de las preguntas, en el entendimiento de las mismas por parte del público visitante consultado, elementos de forma, pre codificación, pases entre preguntas, así como el tiempo de aplicación de cada instrumento.

### **Estructura del cuestionario aplicado**

El instrumento se compuso de seis apartados o bloques de preguntas para el caso de las y los visitantes nacionales, que en total suman sesenta y seis preguntas. Y siete bloques para el caso de las y los visitantes extranjeros que corresponde a un total de setenta preguntas. Cabe indicar que es un mismo instrumento, y de manera estratégica el bloque focalizado a personas extranjeras se ubicó al final del cuestionario. El instrumento se elaboró en dos idiomas, español e inglés<sup>3</sup>. Implicando esto el diseño total de seis instrumentos, dos por cada museo. El contenido de los bloques del cuestionario se detalla a continuación:

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

**Sobre visitación de museos en general y otras actividades culturales:** el objetivo de este bloque fue identificar el capital cultural del público visitante, para esto se planteó un total de once preguntas, que indagaban sobre si era la primera vez que visitaba un museo, edad

---

<sup>2</sup> La prueba piloto del instrumento se aplicó en los Museos del Banco Central.

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

que tenía al visitar un museo por primera vez, persona que lo llevó o acompañó, si le gustó o no, y, si ha visitado otros museos durante el último año. Esto nos permitía detectar si él o la visitante del Museo es una persona que suele visitar museos o hacer otras actividades culturales o si más bien, corresponde a un visitante casual. También se quería determinar si existía alguna correlación entre visitación de museos y realización de otras actividades culturales.

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

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

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

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

**Bloque adicional para visitantes extranjeros o extranjeras:** en este último bloque se preguntaban algunos datos que le brindarían a los museos información adicional sobre este

visitante, tales como: hotel donde se hospeda, días de permanencia en el país, motivo de viaje, y momento en que decidió visitar el museo.

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

### **Reflexiones epistemológicas del proceso de investigación**

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



ser consideradas objeto de reflexión, y aplicar la duda radical que ambos autores nos invitan.

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

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

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

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

con museos más grandes que los existentes en Costa Rica y que por tanto demandan una especificidad y mayor complejidad metodológica y técnica. Finalmente, la construcción del objeto, tuvo como característica que en el transcurso del proceso debió depurarse con respecto a la planificación inicial.

**El papel de la teoría:** aunado al punto anterior, la construcción del objeto de estudio, está mediado y transversalizado por la construcción de un marco teórico que sustentara la investigación. La importancia del marco teórico es que permite una vigilancia epistemológica de las categorizaciones y conceptos a utilizar. Asimismo, permite sustituir las preconociones y juicios de valor que las y los investigadores pueden tener al respecto. El papel de la teoría es tan fundamental que permite tener claridad, antes de construir los instrumentos de recolección de información, sobre las categorías de análisis que nos permitieran acercarnos a nuestro objeto de estudio, y en este caso, aproximarse a su cuantificación. Como menciona Rosa (2009), “la teoría forma parte de todas las etapas del proceso de investigación, desde el inicio hasta el final de la investigación su rol es clave porque es la que permite construir el objeto de estudio y los objetivos de investigación, crear los instrumentos de recolección de datos y realizar las distintas interpretaciones de lo obtenido” (p. 6). Como se mencionó anteriormente, el marco teórico y conceptual del análisis se ubicó dentro de la sociología de la cultura, específicamente con la propuesta del sociólogo Pierre Bourdieu, aplicada a la comprensión de los museos y sus públicos, donde se retoma principalmente la categoría de análisis de capital cultural, la cual se estudió en sus tres estados: incorporado, objetivado e institucionalizado (Bourdieu, 2000). Esta definición teórica estuvo presente en toda la perspectiva metodológica del estudio.

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

Sobre la primera, es decir, el riesgo de inducir las respuestas, partiendo de la premisa de Bourdieu de que no hay una pregunta neutral y por tanto no existe un registro totalmente

neutral (Bourdieu citado en Rosa, 2009, p.9). Se tomaron tres medidas, revisar cuidadosamente los cuestionarios utilizados en otras investigaciones similares, para identificar las temáticas y tipos de preguntas que se han interpretado. A partir de esta revisión, y retomando la propuesta teórica que sustentó la investigación, se empezó a construir el instrumento, que fue constantemente revisado por miembros del equipo de investigación y finalmente sometido a valoración de los tres museos. Posteriormente, se hizo la aplicación de la prueba piloto por parte de tres investigadores del Proyecto, a fin de triangular los posibles errores y sesgos en las preguntas, y corregirlo antes de la aplicación total.

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

Finalmente, sobre las condiciones del ambiente en que se aplicaba, es importante indicar que dado que se contaba con el aval de los tres museos para la aplicación del trabajo de campo, las gestiones logísticas fueron muy positivas para el desarrollo de la investigación. No obstante, las condiciones y ambiente en cada museo, fueron diferentes, por cuestiones propias de espacio, infraestructura y políticas internas de los museos. Por ejemplo, en un museo se tuvieron las condiciones ideales, los y las investigadores estuvieron situados en el *lobby* del museo de manera que podían identificar el acceso y salida de las y los visitantes, asimismo se dispuso de sillas y mesas, ubicados en un espacio y ambiente favorecer; en otro museo, si bien las y los investigadores pudieron colocarse en la entrada del museo, no se pudieron colocar sillas de manera que la persona entrevistada debí estar de pie durante el

llenado del cuestionario, lo cual hacía que se agotara más rápido o de entrada se negara a participar, finalmente en otro museo dado que no había espacio en la entrada propiamente del museo, las y los investigadores debieron estar en un pasillo del museo, perdiendo con esta localización, un control sobre el acceso, pero sobretodo de la salida del visitante. De manera que estos aspectos y otros, son necesarios de visualizar y repensar dado que puede condicionar y diferenciar la forma y receptividad con que él o la visitante colabora con el estudio.

**El rol del investigador o investigadora:** más allá de las características o atributos deseables de un investigador o investigadora para no sesgar un estudio, en algunos de sus procesos, así como su capacidad para enfrentar ciertas situaciones o problemas que pueden surgir en el trabajo de campo, el rol del investigador o investigadora es algo que debe reflexionarse, sobretodo, cuando son equipos de trabajo, dado que la asignación de tareas y responsabilidades, debe ser un proceso de diálogo abierto, permitiendo potenciar las habilidades y especializaciones de cada persona según la naturaleza y objetivos de la investigación. No sin olvidar, las normas básicas de trabajo que implican compromiso, análisis crítico, reflexividad, viabilidad, respeto y trabajo en equipo. Al respecto, dentro del equipo de trabajo involucrado en la investigación, se tomaron varias medidas a fin de tener plena conciencia del rol del investigador así como de sus responsabilidades. Para esto además de hacer calendarios y horarios de trabajo, se hicieron sistemáticas reuniones de trabajo para la coordinación y monitoreo de actividades, que respondieran a una planificación mensual, donde cada persona conocería que tareas debía asumir y en cuales podría colaborar, en correspondencia a las habilidades y especialidades que cada persona del equipo tuviera.

**Las condiciones propias del proceso de investigación en el marco de una institucionalidad académica:** dado que la investigación se desarrolla en el marco de un proyecto de investigación y extensión (acción social) de una Universidad, este contexto plantea tanto ventajas como algunas tareas que impactan o pueden impactar el proceso mismo de investigación. Dentro de las ventajas se puede mencionar el apoyo en tiempo para investigar, dotación de recurso humano, recursos económicos o posibilidad de

concurrir por estos, bibliotecas y centros de documentación, infraestructura, posibilidad de capacitación y actualización continua y otras facilidades que son difíciles de encontrar en otros espacios. No obstante, existen tareas que se hacen dentro de los proyectos de investigación, además de investigar, que pueden mediar en este proceso reflexivo que se debe realizar sobre la investigación social que se está haciendo, dentro de las cuales se pueden mencionar las siguientes: la planificación de los proyectos y presentación de resultados no siempre es tan flexible como la investigación social efectivamente si es, los tiempos de respuesta de las instituciones con que se trabaja así como las dinámicas de agentes externos al proyecto marcan en gran pauta el ritmo de avance, sin embargo, los productos de investigación se deben brindar en cumplimiento a dichos plazos preestablecidos, de manera que muchas veces deben gestionarse, sin dedicar tanto tiempo, o el tiempo necesario para reflexionar y reflexionarse dentro del propio proceso, sino más bien respondiendo a tiempos administrativos. Por otro lado, la ejecución de proyectos de investigación, contempla un trabajo que normalmente se invisibiliza, como es por ejemplo: el trabajo diario de tipo administrativo y de oficina, la administración y manejo de recursos económicos, la organización material y logística de todos los procesos y actividades, y la organización y capacitación de las personas que conforman los equipos de trabajo. Las cuales son, sin duda alguna, labores que inciden en el éxito propio de los procesos y que representan un importante número de horas de trabajo, que a final de cuentas no es considerado dentro de los resultados tangibles que se esperan de un proyecto de investigación.

### **Algunas conclusiones y posibles líneas de investigación**

En términos epistemológicos y metodológicos, el estudio realizado, y que alimenta la presente reflexión, deja varias enseñanzas y lecciones, que deberán ser tomadas en cuenta a futuro en otros estudios de público propuestos desde la perspectiva sociológica, museológica y la estadística social.

Dentro de las más importantes se puede mencionar: primero, la necesidad de plantear reflexiones sobre los procesos y procedimientos de investigación con el fin de mantener

una vigilancia epistemológica; segundo, dimensionar la importancia de contar con equipos de investigación numerosos e interdisciplinarios e insistir en la continua capacitación de estos para asegurar procesos investigativos rigurosos y epistemológicamente vigilantes de sus procesos; tercero, hacer estudios sistemáticos en los museos, que incluyan la aplicación de un mismo instrumento en épocas diferentes del año (periodos de vacaciones, apertura de exhibiciones, días gratuitos, etc.), a fin de identificar las características que predominan en el público visitante. Cuarto, buscar los medios para llegar a aquellas personas más difíciles de captar en los museos, por ejemplo, personas extranjeras que visitan el museo con un guía turístico, estudiantes que visitan con un o una profesora encargada, etc., de manera que queden reflejados en la muestra de manera más fiel a la realidad.

Finalmente, las propuestas o líneas de investigación que surgen son: primero, trabajar a profundidad las causas sociales y motivaciones que hacen que una persona visite un museo y sobre todo aquellas que hacen que lo vuelva a visitar en el futuro, recogiendo su experiencia e historia de vida, y analizando los detalles de las descripciones y narraciones obtenidas. Segundo, la necesidad de impulsar proyectos de investigación que motiven a los museos a incorporar hábitos de evaluación de sus exhibiciones y actividades, pero además de la elaboración de agendas de trabajo donde se determinen los tipos de evaluación que necesitan para sustentar la toma de decisiones, exhibiciones y programas educativos. Finalmente, si bien se logró el objetivo de caracterizar el perfil del público visitante de los museos en estudio, desde una mirada cuantitativa, existe un amplio abanico de perspectivas metodológicas microsociológicas que incluso podrían incluir una metodología mixta o de integración metodológica, que contemple lo cuantitativo y lo cualitativo.

## **Bibliografía**

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

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

Bourdieu, Pierre y Loic, Wacquant (1995) *Respuestas por una antropología reflexiva*. México: Grijalbo.

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

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

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

Hernández, Roberto;Fernández, Carlos y Pilar Baptista (2004) *Metodología de la investigación*. Tercera edición. Chile: McGrawHill Interamericana Editores S.A de C.V.

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

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

Rojas, Raúl (1989) *Guía para realizar investigaciones sociales*. . España: Plaza y Valdés

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

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

Sautu, Ruth; et.al. (2006) *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Argentina: CLACSO. Libros.

Sierra, Restituto (1992) *Técnicas de Investigación Social: teoría y ejercicios*. Madrid, España: Editorial Paraninfo, S.A..