

Estudios de público y Gestión Cultural
Modos y modas de aproximarse a los públicos de museos

Julieta Pachano

Directora académica: Alejandra Sanchez Antelo

Licenciatura en Gestión del Arte y la Cultura

Departamento de Arte y Cultura

Universidad Nacional de Tres de Febrero

2022

Resumen

La presente ponencia expone los resultados de la investigación realizada en el marco del Trabajo Final de Grado *Estudios de público y Gestión Cultural: el caso de los estudios de público en el Plan de Fortalecimiento de Museos* con el propósito de indagar sobre los procesos de gestión que estructuran las políticas de público. A través de reflexiones teóricas y el análisis del estudio de caso se identifican tendencias, dinámicas y posturas ligadas a la actualidad de los estudios de público en museos como expresión de un complejo engranaje que incluye a los debates académicos en yuxtaposición con las lógicas económicas y políticas.

Estudios de público y Gestión Cultural: modos y modas de aproximarse a los públicos de museos

El panorama de investigaciones dentro del que se encuentran los estudios de público es amplio e incluye un campo creciente de conocimiento. Su producción académica se vincula principalmente a la museología y refiere a un conjunto de saberes teóricos y metodológicos propios del campo de la gestión cultural y de las investigaciones y acciones llevadas a cabo por las instituciones culturales con el propósito de producir algún tipo de información o conocimiento respecto de los públicos. Si bien el origen de los estudios de público data de finales del siglo XIX, este tipo de investigaciones adquiere un renovado interés a partir de las transformaciones de la institución museística (Huysen, 2002), los desplazamientos en los paradigmas de actuación cultural (Yúdice, 2002; Fleck, 2014) y la renovación disciplinar de la museología en clave participativa (Desvallées, 2018; Marleau-Ponty, 2013; Le Marec, 2013). Desde su origen, los estudios de público se han nutrido de diversas perspectivas teóricas y metodológicas como la sociología, la psicología, la administración, la gestión cultural y las ciencias de la comunicación. Como resultado, el campo de los estudios de público ha desarrollado una creciente autonomía disciplinaria, tanto en el campo académico y científico (Eidelman, 1999-2014; Rodríguez, 2001; Alarcón, 2002; Herrero y Sanz, 2001, 2002; García, 1990-2001; Bialogorski y Cousillas, 2000; Reca, 2011) como en el campo profesional, donde la mayoría de los estudios se encuentra como “literatura gris” por ser informes internos y no publicados de las instituciones culturales que los producen.

La presente ponencia expone resultados y reflexiones que se desprenden de la investigación realizada en el marco del trabajo final de grado *Estudios de público y Gestión Cultural: el caso de los estudios de público en el Plan de Fortalecimiento de Museos* de la Licenciatura en Gestión del Arte y la Cultura de la Universidad Nacional de Tres de Febrero. En dicha investigación, a través de un estudio de caso, se indagó respecto de los procesos de gestión que estructuran las políticas de público. Específicamente se abordó el caso del estudio de caracterización de visitantes a museos nacionales realizado entre 2017 y 2018 por la Secretaría de Patrimonio del Ministerio de Cultura de la Nación. En términos metodológicos se utilizó un enfoque cualitativo con entrevistas semiestructuradas y análisis de documentos. El desarrollo de la investigación permitió, por un lado, observar las condiciones de producción de los conocimientos sobre los públicos y, por el otro, señalar algunas dimensiones centrales en relación a las tendencias hegemónicas que configuran las herramientas utilizadas en las políticas de público. A continuación, se presentan algunas

reflexiones teóricas en torno a los modos de construcción del conocimiento sobre los públicos de museos.

Actualidad de las políticas museísticas

Un punto de partida posible para ingresar al análisis del campo es la pregunta respecto de por qué la actualidad de las políticas museísticas presenta a los estudios de público como una herramienta estratégica de la gestión cultural. Para esbozar una respuesta es preciso mencionar que la proliferación de los diversos estudios, estructurados desde los sectores públicos y privados, no es casual sino producto de un complejo entramado de procesos, transformaciones y desplazamientos que demandan la producción de un conocimiento específico sobre los visitantes de museos.

La presentación del museo como una noción dinámica, en constante crisis y disputa (Desvallées, 2018; García Blanco, 2009; Castilla, 2010) evidencia el carácter sistémico de las instituciones culturales (Escudero y Panozzo Zenere, 2015). El recorrido histórico de la transformación del museo, que consiste en un desplazamiento que va desde la centralidad del objeto hasta el protagonismo del visitante (García Blanco, 2009), pone de relieve una tensión en la manera en que los museos construyen su relación con los públicos. Esta tensión se refleja también en la renovación disciplinar¹ en la medida en que una multiplicidad de corrientes museológicas centra su reflexión entre el museo y sus públicos para analizar y construir políticas museísticas (Le Marec, 2014; Marleau-Ponty; 2013; Perez Castellanos, 2017). Es posible señalar, entonces, una sinergia entre los debates y reflexiones de estas perspectivas críticas y las prácticas, políticas y gestión de las instituciones de la esfera cultural.

Sin embargo, no es posible pensar esa sinergia sin yuxtaponer las transformaciones que hacen emerger la revolución de los museos (Huysen, 2002) con las transformaciones del sistema económico y político para el abordaje del sector cultural. De manera que, en la actualidad, no es posible pensar la gestión de las instituciones culturales en general, y las instituciones museísticas en particular, sin los imperativos de la independencia económica y la rentabilidad (Fleck, 2014). Incluso cuando nos referimos a museos públicos cada vez más éstos son pensados desde los modelos empresariales y el binomio costo/beneficio. Las implicancias de estos dos principios rectores y determinantes introducen lógicas neogestionarias y criterios de mercado para justificar, evaluar y establecer una postura estratégica de la gestión cultural en

¹ A partir de la década del setenta se revolucionó el campo de la museología. La crisis de los museos tradicionales, las transformaciones en las definiciones y objetivos de la institución y los cambios en los paradigmas de actuación cultural produjeron nuevas reflexiones que reestructuraron el campo de la museología.

los museos. En la misma línea, la relevancia y proliferación de indicadores y sistemas de información cultural está fuertemente vinculada con el paradigma recursista de las políticas culturales (Yúdice, 2002), sobre todo con su enfoque económico. Producto de este entramado entre disciplinas y políticas, los estudios de público se vuelven una herramienta estratégica de la gestión cultural que sirve para objetivos diversos y que pone en relieve significaciones políticas, operativas, ideológicas y conceptuales que orientan y determinan la construcción de estos indicadores.

Los estudios de públicos como dispositivos de acción

Por otro lado, además de indagar respecto de los procesos que sitúan a los estudios de público en el centro de las políticas museísticas resulta también necesario construir una pregunta que permita comprender el rol activo que asumen estos estudios y las implicancias de un modo específico en el que las instituciones se relacionan con sus públicos. En este sentido, es posible abordar los estudios de público como instrumentos con agencia (Latour, 1998), es decir como dispositivos que privilegian ciertos programas de acción y obstaculizan otros pero que, a su vez, son emergentes de complejos procesos de agenciamiento, en el sentido en que son el resultado de cadenas o asociaciones actantes (Latour, 1991). Son instrumentos que portan en su materialidad discursividades que actúan sobre aquello que se proponen analizar o evaluar pero que también son producto de diversas tramas y modulaciones que operan en todo el proceso de producción e implementación de los instrumentos utilizados. En términos generales, los estudios de público como dispositivos de mediación se constituyen como práctica y ejercen una agencia en tanto son parte de una red de relaciones y procesos.

En este sentido, para ampliar la mirada debemos tener en cuenta, además de los ya mencionados, la creciente importancia que adquieren las políticas recursistas en materia de indicadores culturales (Gray, 2010) y la profesionalización de los agentes culturales (Lacarrière y Cerdeira, 2016; Elía, 2009). Estas dos últimas dimensiones son relevantes en tanto tienen una impronta particular en los modos y herramientas de la gestión cultural. Respecto de la primera, cabe agregar que la extensión de la actuación cultural como una herramienta para el desarrollo económico fomenta una producción de conocimiento que, guiado por lógicas gerenciales, se centra en la cuantificación de actividades, productos y consumidores, generando diagnósticos e identificando problemáticas culturales que son parciales y sectoriales. En relación a los procesos de profesionalización, desde una lectura de las políticas museísticas en clave recursista y desde su enfoque económico, se evidencia cierta reciprocidad de las propuestas formativas y el mercado laboral, condicionada por los paradigmas de actuación cultural y el contexto en el cual están insertas (Schargorodsky,

2003). Es decir, el proceso de profesionalización de los agentes culturales en museos está sujeto a esta nueva relación entre la cultura y la economía y en vínculo con las transformaciones de los museos ya mencionadas. Al respecto interesa destacar que los estudios de público, como sistema de acción, son expresión no sólo de una determinada política museística o proyecto disciplinar, sino que también forman parte de un paradigma de actuación más amplio.

La construcción del conocimiento sobre los públicos de museo

Para poder indagar respecto de estos procesos que estructuran los estudios de público, pero también sobre las implicancias que su práctica pone en juego en el campo de la gestión cultural, la investigación se centró en la problematización de la construcción de una postura de estudios de público al interior de los paradigmas de gestión cultural que orientan las políticas públicas museísticas. El objetivo fue analizar los marcos conceptuales y teóricos a partir de los cuales se construyó la herramienta metodológica utilizada en el estudio de caracterización de visitantes a museos nacionales realizado entre 2017 y 2018 por el Programa de Estudios de Público dependiente de la Secretaría de Patrimonio Cultural de la Nación. En particular, se reconstruyó las instancias de diseño y planeamiento de la implementación del estudio de público y sus condiciones de producción de conocimiento, así como también las perspectivas teórico metodológicas presentes en el armado de la política cultural. Para eso fue necesario identificar el tipo de estudio, las áreas de aplicación y los agentes involucrados, pero, sobre todo, poder precisar la construcción de la postura de estudio, es decir, el conjunto de ideas y posicionamientos que guiaron y estructuraron la política de públicos llevada a cabo por el Ministerio de Cultura de la Nación.

El proceso de deconstrucción de la herramienta utilizada permitió dar cuenta de perspectivas teóricas, prácticas y políticas que enmarcan y sustentan la investigación y la construcción del conocimiento sobre los públicos de museos. En relación a esto último, interesa destacar que trabajar sobre las condiciones de producción del conocimiento sobre los públicos, reconociendo a los estudios de público como el resultado de procesos de agenciamiento pero también como instrumentos con agencia en el campo cultural, permitió un ejercicio de análisis que, lejos de reducirse a la caracterización de un estudio en particular, centró su interés en los vínculos entre el caso de estudio y procesos más amplios que hacen a la actualidad de la gestión cultural. En este sentido, se desarrollan a continuación algunas dimensiones centrales que devela el estudio de caso en relación a las tendencias hegemónicas que estructuran las políticas de público. Específicamente se presentan tres ejes de relevancia para pensar la actualidad de las políticas museísticas.

En primer lugar, se expone a los estudios de público como expresión de un proyecto modernizador. En efecto, los estudios de público enmarcados en el Plan de Fortalecimiento de Museos surgen como un imperativo ligado a la modernización de las instituciones museísticas y como expresión de los discursos anclados en la museología participativa como disciplina centrada en el visitante-consumidor como un agente activo y al museo como foro de conversación. La política cultural construye desde esta discursividad una relación específica entre los museos y sus públicos ligada a categorías como participación, experiencia, diálogo de saberes y aprendizaje. Es también desde este posicionamiento que se consolida la problemática sobre la cual se actúa: el acceso y la participación cultural. El principio de accesibilidad se presenta, entonces, como ya se había adelantado, como un motor de las investigaciones sobre el público. Este punto no es novedoso; Donnat (2010) - sociólogo francés especializado en prácticas culturales y autor de una multiplicidad de encuestas sobre consumos culturales- señala a los estudios sobre públicos como herramientas intrínsecamente relacionadas a los objetivos de democratización. Sin embargo, él da cuenta del principio de la accesibilidad como un imperativo ambiguo cuyas consecuencias se consideran todavía demasiado basadas en la oferta. Sobre este punto se volverá en las reflexiones finales, pero interesa destacar aquí una primera advertencia respecto del lugar de mediación de los estudios de público como moduladores de la oferta cultural y su gestión.

El caso de análisis vincula el problema del acceso y participación cultural a un sistema de gestión estatal desactualizado, informal o antiguo y, por lo tanto, presenta como necesaria para su resolución la modernización y actualización de los modelos institucionales, lo que incluye la construcción y jerarquización de las áreas técnicas y la proliferación de instancias de monitoreo, relevamiento y registro de información sobre el sector. Para dar respuesta a las demandas de modernización se forma una agenda pública que convoca a agentes capaces de legitimar un conjunto de acciones dirigidas a dicha actualización: equipos especializados y organismos multilaterales y, en menor medida, las instituciones culturales. En este sentido, se evidencia que el robustecimiento de las áreas técnicas genera una suerte de isomorfismo normativo, en tanto ejerce presiones homogeneizadoras que estructuran la forma en la que se releva la información y se gestiona el sector.

En este marco, los estudios de público se presentan como la herramienta fundamental para construir un conocimiento que tenga por objeto el fortalecimiento de la gestión museística. La palabra *fortalecimiento*, al igual que la de accesibilidad, resulta un eje central a partir del cual rastrear el para qué de los estudios de público. En este punto emergen dos líneas de acción: la primera se centra en la gestión institucional en la que se presenta a los instrumentos de

investigación y medición como herramientas claves para una gestión museística eficaz; la segunda en el nivel de las políticas culturales. Así, los estudios de público permiten argumentar y diseñar un determinado tipo de políticas culturales presentes en el plan de modernización.

En síntesis, los debates de las museologías participativas, orientados a la definición de la institución como un proceso dinámico y a generar una reflexión en torno a la dimensión política y social de la institución museal, funcionan en este caso como una discursividad que sirve de sustento a un proyecto modernizador cuya actualización de los modelos institucionales introduce lógicas y prácticas específicas. Las categorías teóricas, a efectos de encajar en la resolución de problemas y demandas, aparecen forzosamente en las herramientas metodológicas y programas de las políticas públicas culturales. En el mismo sentido observamos que los estudios de público, y los indicadores culturales, emergen como resultado del robustecimiento de las áreas técnicas en los Estados Nacionales. Sus programas, políticas y herramientas especializadas vienen a “modernizar” una suerte de modelo de gestión estatal analógico, clientelista y burocrático. A su vez, la centralización de este tipo de investigaciones debilita dinámicas comunitarias, en tanto propone un paquete de métodos y técnicas que restringen la posibilidad de desarrollar una investigación sensible y creativa. Asimismo, se identifica que dichos modelos fortalecen una dimensión mediática del museo a través de sistemas de evaluación que construyen un conocimiento sobre públicos parcial centrado en lógicas propias del gerenciamiento cultural y las políticas recursistas, desde su enfoque económico.

Una segunda dimensión para destacar es el rol tutelar de los organismos multilaterales en las políticas culturales. La herramienta utilizada en el estudio de caracterización de visitantes a museos nacionales, y otras investigaciones del programa del cual forma parte, fueron diseñadas en el marco del Programa Ibermuseos. En este sentido, su desarrollo institucional tiene una fuerte vinculación con el Observatorio Iberoamericano de Museos y, por lo tanto, con la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI). Sobre este punto cabe destacar que la agenda normativa de los organismos internacionales y las misiones estadísticas, que incorporan procedimientos administrativos, técnicos y financieros además de lineamientos específicos en relación a la implementación y el contenido, se ha reforzado y fortalecido de acuerdo con el auge del paradigma recursista y las evoluciones técnicas, sociales y económicas del sector cultural.

El avance de la gobernanza multinivel como un modelo que, también como parte de los proyectos modernizadores, atiende a la insuficiencia del Estado jerárquico, burocrático y

centralizado tradicional encuentra en la esfera cultural un ámbito propicio para desarrollar una agenda normativa en el que se incorporan recursos, procedimientos, técnicas y modos de hacer específicos. La estandarización de las investigaciones determina y restringe los marcos conceptuales desde los cuales se construye el conocimiento sobre los públicos y elaboran un universo de posibles respecto de qué y cómo se deben realizar los diagnósticos que a su vez se presentan como la base sobre la cual se diseñan e implementan las políticas públicas culturales. Como fue mencionado, los dispositivos de mediación tienen una agencia allí donde se implementan. En este sentido, las organizaciones culturales se ven arrojadas a moldearse para incorporarse a la gramática calculativa que les permite legitimarse en el sistema de instituciones culturales.

Los organismos multilaterales imponen agenda no sólo en las políticas culturales sino también en las investigaciones y los modos en los que se elaboran los diagnósticos e informes. Existe, en este sentido, una tendencia creciente de imbricación entre los organismos internacionales y las áreas técnicas de los Estados nacionales. Los dictámenes y recomendaciones, los mecanismos de financiamiento, la estructura política-administrativa y de presentación de proyectos y jerarquización temáticas, que acompañan a este tipo de misiones estadísticas, construyen un direccionamiento ideológico que, además, como en el caso de estudio, no es necesariamente eficaz.

El estudio de público realizado en el marco del Plan de Fortalecimiento de Museos evidencia, entonces, el rol tutelar de los organismos multilaterales en tanto su vocación hegemónica y su abordaje estratégico de intervención en la arena cultural, sumado al poder de influencia e imposición construido a base de créditos y la producción y sistematización de información del sector cultural a nivel mundial que sirven a los intereses, valores y representaciones que dan sentido a sus prácticas. Es por ello que sus propuestas y recetas no pueden ser vistas únicamente como recomendaciones para el hacer cultural. Aunque excede los propósitos de la investigación, el análisis de las vocaciones de los organismos multilaterales, la sistematización, selección y posterior imposición de determinadas herramientas de gestión cultural forman parte de una acción que refuerza la interdependencia y legitima la autoridad de estos entes internacionales como los asesores predilectos respecto de *las buenas prácticas en materia de desarrollo cultural*. Al respecto, es preciso señalar que este proceso no se da de manera unilineal sino a través de la construcción de consensos y en vínculo con los Estados nacionales y el sector privado. En este sentido, es necesario seguir analizando las implicancias de la gobernanza multinivel en la esfera cultural y el lugar de los indicadores

como marco referencial específico y estandarizado desde el cual se interviene en el campo cultural.

Por último, se debe hacer una breve mención a las implicancias de la consolidación de una postura de estudio y los modos en que se capitalizan los saberes resultados de las políticas de público. El análisis de caso presentó, en este sentido, dos dimensiones a destacar: una empírica y una normativa. La dimensión empírica refiere a la búsqueda concreta que propone el estudio de público, es decir, la descripción del perfil de los visitantes a museos. Esta dimensión reveló el predominio de la dimensión mediática del museo y del marketing cultural en tanto propuso una postura de estudio centrada en conocer quiénes visitan el museo con el objetivo de moldear la institución a las demandas y expectativas de los públicos a partir de estrategias vinculadas a la multiplicación de programas orientados a satisfacer esas nuevas demandas y necesidades.

Sin embargo, y en relación a la capitalización de los estudios, el caso presenta más fuerza cuando se pone de relieve la dimensión normativa de los estudios de público realizados. Se hace referencia a la dimensión normativa en el sentido en el que los estudios son, de alguna manera, resultado de su posibilidad. Se trata de la jerarquización de los estudios de público en la gestión estatal museística y, por tanto, de un esfuerzo por sensibilizar y promover la temática entre los diferentes niveles de la gestión pública cultural. Es en este sentido que la creación de un equipo de estudios de público a nivel nacional puede ser capaz de descentralizar y ponderar la preocupación por los visitantes de museos, así como también remarcar la importancia de construir una cultura de estudio y oficiar de intérprete de las búsquedas e interrogantes que, a veces ausentes en las tendencias hegemónicas, surgen de las instituciones, debates académicos y el campo de la gestión cultural.

Consideraciones finales

Los estudios de público son - como señalan Eidelman y Roustan (2013) - expresión no sólo de un proyecto científico y cultural sino, además, de una lógica económica y social. Son dispositivos de coordinación y mediación estratégicos para la gestión y políticas museísticas y constituyen una de las principales líneas de acción en los proyectos modernizadores centrados en el robustecimiento de las áreas técnicas y la difusión del espíritu gerencial en la administración de los bienes culturales.

Centrar la mirada en las herramientas de los estudios de los públicos significa necesariamente observar, también, las condiciones de producción de los conocimientos sobre los públicos y las relaciones entre los saberes y agentes que intervienen en el armado de la política de públicos. No es posible reflexionar respecto de la proliferación de determinados tipos de

indicadores y sistemas de información cultural sin tener en cuenta el avance del enfoque económico del paradigma recursista. Es a través de los nuevos vínculos entre cultura y economía que se explica el imperativo de cuantificar actividades, productos y consumidores. Este paradigma de actuación cultural en conjunto con el rol tutelar de los organismos multilaterales, producto de los modos de la gobernanza multinivel en nuestro país, atraviesan la configuración de las políticas públicas museísticas.

Los estudios de público son regímenes de coordinación y medición producto de diversas tramas, intereses y significaciones que operan en el diseño de la herramienta, en los objetivos, vías de estudio y capitalización de resultados. En este sentido, los desafíos que se visibilizan son los de poder contribuir a una cultura de estudios que tenga como base planteos realmente participativos, en vínculo con las particularidades y demandas de una oferta museal y patrimonial diversas. A su vez, poder dar cuenta de los límites de las metodologías hegemónicas para construir una práctica reflexiva, crítica y sensible. Finalmente, afirmar una postura de estudios que permita capitalizar los estudios de público para la construcción de políticas culturales que sean producto de un diálogo entre saberes y prácticas y no expresión de metodologías objetivas de manual que se encuentran disponibles por fuera de los procesos culturales que se quieren abordar.

Por último, los resultados de esta investigación invitan también a reflexionar sobre las categorías de accesibilidad y participación cultural. La cultura como derecho en clave de democratización y cierta convicción aún vigente según la cual la oferta determina la demanda funcionan como asidero de los procesos de mercantilización y las lógicas neogerenciales y estructuran un modo de aproximación al conocimiento sobre los públicos que orienta su capitalización en torno a un proceso de adaptación de los modelos de gestión a las expectativas y demandas del público objetivo o posible. El problema de las técnicas de adaptación a la demanda es conformarse con las expectativas de los públicos y no actuar sobre ellas. María Cardinal (1992) nos recuerda que el público no puede ser una meta, que la meta debe ser (siempre) la cultura. Por lo tanto, el imperativo de accesibilidad en los estudios de público no debería actuar obstaculizando y moldeando programas de gestión a la manera del mercado sino, por el contrario, se debería fomentar una evaluación que permita conocer realmente los públicos para, justamente, implicarlos y actuar sobre las desigualdades y ausencias a través del diseño de políticas museísticas.

Bibliografía

- Alarcón, R. (2002), "Hacia un Sistema de Indicadores Sociales para la Evaluación de Museos (SISPEM)", en: *Revista de Museología*, núm. 23, pp. 28-40
- Bialogorski, M. Y Cousillas, A. M. (2000). "Gestión cultural y estudios de Público en el Museo José Hernández". *Cuadernos de Antropología Social* (12). Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, 197-205
- Cardinal, M. (1992): en. A Viel y C. de Guise (dirs.) *Muséo-sédution, muséo-réflexion*, Quebec, Museo de la Civilización y Servicio Canadiense de Parques.
- Castilla, A. (2010) *El museo en Escena. política y cultura en América Latina*. Buenos Aires: Paidós
- Desvallées, A. (2018) *Redefinir el museo*. Buenos Aires: UNDAV Ediciones
- Donnat, O. (2010). *La politique des publics, parent pauvre de la démocratisation de la culture*. Alternatives Economiques Poche, mars (43).
- Eidelman, J. (1999). *La réception de l'exposition d'art contemporain. Hypothèses de collection*. Publics et Musées, 16(1), 163-192.
- Eidelman, J., Roustan, M. y Goldstein, B. (comps.) (2013). *Los museos y sus públicos. El visitante tiene la palabra*. Buenos Aires: Ariel.
- Elía, C. (2009) *La formación profesional para la gestión y administración en el sector de la cultura argentina*. En *Aportes para el Estado y la administración gubernamental*. Núm. 23. Políticas Culturales. Buenos Aires. Pp 107-118.
- Escudero, E., Panozzo Zenera, A. (2015). *Museos, capitalismo y teoría museológica. Un punteo de enfoques críticos aplicados a la museología*. En Anónimo. *Actas del XXII Encuentro del ICOFOM LAM: nuevas tendencias para la museología en Latinoamérica.- 1a edición especial - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : ICOM Argentina*.
- Fleck, R. (2014) *El sistema de arte en el siglo XXI: museos, artistas, coleccionistas, galeristas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Mardulce
- García Blanco, A. (2009) *La exposición un medio de comunicación*. España, Editorial Akal (Colección Arte y estética)
- "García, Á. (1996), "El departamento de educación y la exposición", en: IX Jornadas Estatales DEAC-Museos "La Exposición", Diputación Provincial de Jaén, Jaén, pp. 55-82.
- García, Á. (2001-2002). *¿Usuarios o visitantes de museos?* En *Revista Museo*. N°un 6/7. Asociación Profesional de Museólogos de España. Madrid"
- Gray, C. (2010). *Analysing cultural policy: incorrigibly plural or ontologically incompatible?*. *Internacional Journal of Cultural Policy*. 16 (2): 215-230.
- Herrero, L. , Sanz, I. y Sanz, J.(2002), "Turismo cultural de museos: análisis y valoración", en: *Estudios Turísticos*, núm. 153, pp. 61-83.
- Huyssen, A. (2002) *En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización*, México, FCE-Instituto Goethe.

Lacarrieu, M., Cerdeira, M. (2016). Institucionalidad y políticas culturales en Argentina. Límites y tensiones de los paradigmas de democratización y democracia cultural. *Políticas Culturales Revista*, 9, 10-33

Latour, B.(1998). De la mediación técnica: Filosofía, sociología, genealogía. En M. Domènech y F. Tirado (comps.), *Sociología simétrica: Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad* (249-302). Barcelona: Crítica.

----- (1991), "Technology is society made durable", en: LAW, J. (Ed.), *A sociology of monsters? Essays on power, technology and domination*, *Sociological Review Monograph*, Londres: Routledge, (38), 103-131."

Le Marec, J. (2013) *Museología participativa, evaluación y consideración del público: La palabra inhallable*. En: Edielman, Roustan y Goldstein (comps.). *El Museo y sus públicos*. (pp. 291-309) Buenos Aires: fundación TyPA.

Merleau-Ponty, C. (2013) *Las "museologías participativas" Asociar a los visitantes a la concepción de las exposiciones*. Introducción. En: Edielman, Roustan y Goldstein (comps) *El Museo y sus Públicos* (pp.275-279) Buenos Aires: Fundación TyPA

Perez Castellanos (2016) *Estudios sobre públicos y museos volumen I: Públicos y museos ¿qué hemos aprendido?*. Publicaciones digitales ENCRyM – INAH. Recuperado de: <http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:fb51bccf-6592-49c8-8d0d0b476f30d1e5/publicos-y-museosi-leticia-perez.pdf>

Reca, M. M. (2011). "Estudio de público de museos: el aporte teórico-metodológico de la semiótica". *Revista del Museo de Etnología y Antropología de San Pablo*, 21, 357-369.

Rodríguez, Á. (2001), "Nueva sociedad, nuevos museos", en: PH. *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, vol. 7, núm. 34, pp. 106-109

Schargorodsky, H. (2005) *Estudio de perfiles profesionales del personal cultural en América Latina y el Caribe en Formación en Gestión Cultural y Políticas Culturales*. Directorio Iberoamericano de Centros de Formación. UNESCO/OEI/Iberformat, pp 17-26 Recuperado de: [:https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/841/Schargorodsky-perfiles%20profesionales.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/841/Schargorodsky-perfiles%20profesionales.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura*. Barcelona: Editorial Gedisa.