

Paleontología y público en el Museo de La Plata

MURRIELLO, Sandra
Universidad Nacional de Río Negro
sandramu@gmail.com

Los museos no existen sin sus públicos. El sentido de esta afirmación es reforzar la idea de que una exposición no existe sin un público que la contemple y la re-interprete. Considerando la perspectiva cognitivo-receptiva defendida por Asensio y Pol (1996), los museos y sus exposiciones no se agotan en el mensaje ni en su intención, sino que se complementan y modifican con la interpretación que cada individuo hace de ese mensaje.

Esta concepción deja de lado los antiguos modelos que intentaban explicar la comunicación de un modo unidireccional y reduccionista. Hooper-Greenhill (2000; 1998; 1996), en sus revisiones de la aplicación de los modelos comunicacionales al mundo de los museos, afirma que sobre la base del modelo de Shannon e Weaver¹ se construyó el modelo lineal más básico, ampliamente aplicado a los museos donde se reconocía como fuente al equipo de diseñadores, como emisor a la exposición en sí misma, como canales de transmisión a los objetos, textos y actividades, como receptores a los visitantes y como destino la comprensión del mensaje (Hooper-Greenhill, 1998).

Una propuesta de mejorar ese modelo fue incorporar un feedback que permitiese al emisor modificar su mensaje en función de la respuesta del receptor. Se suponía que esa retroalimentación permitiría evaluar si el receptor recibió el mensaje y, en función de la recepción, modificarla para adaptarla al receptor. Este mecanismo permitiría, mediante *feedbacks* sucesivos, dar cierta circularidad al sistema. Desde esta perspectiva en los años 60 Duncan Cameron² (1968, apud Hooper-Greenhill, 1998, p.69) entendía los objetos como el principal medio de transmisión y consideraba la existencia de numerosos emisores y receptores. La capacidad auto-explicativa aún otorgada a los objetos en muchos museos, que reniega de su carácter polisémico, enraíza en esta concepción.

Según Hooper-Greenhill (2000) los modelos de comunicación básicamente lineales están fuertemente ligados al modelo pedagógico de transmisión. Apoyados en una perspectiva behaviorista, estos modelos no contemplan el bagaje de conocimientos y

¹ El modelo de Shannon & Weaver desarrollado en la mitad del siglo XX es ampliamente aplicado a las comunicaciones sociales pero tuvo su origen en el campo de las comunicaciones eléctricas.

² CAMERON, D. A viewpoint: the museum as a communications system and implications for museum education. *Curator*, v.11, n.1, p.33-40, 1968.

expectativas de los visitantes presuponiendo que el mensaje transmitido puede ser incorporado por sujetos homogéneos y pasivos que responden al estímulo recibido. Esta autora afirma que en esa concepción crecieron y se desarrollaron los museos modernistas creados a fines del siglo XIX y consolidados durante el siglo XX. En estas instituciones arquetípicas las exposiciones son el principal medio de comunicación y se oponen a los *post-museums* creados en las últimas décadas del siglo XX en los que las exposiciones forman parte de un conjunto de propuestas comunicativas que van más allá de la materialidad de la exposición.

Otros modelos comunicacionales surgieron otorgando otra mirada sobre los objetos e incorporando una perspectiva cultural. Entre ellos Cury (1999, 2005) presenta el *modelo de interacción* como una forma de entender la comunicación museológica desde una perspectiva que otorgue al público un papel activo en la (re)significación del discurso presentado en función del bagaje de conocimientos y valores que sustenta. El modelo contempla ya no un emisor, sino un equipo de comunicadores, que se encuentra con receptores diversos en un medio donde múltiples significados son construidos. De este modo la interacción crea un espacio de encuentro dialógico institución-público. El foco no está ya en el mensaje, afirma esta investigadora, sino en la interacción entre los significados otorgados por el museo y aquellos atribuidos por el público en una relación de participación recíproca.

Desde esta perspectiva de la exposición como lugar de encuentro (y desencuentro) de idealizadores y públicos se analizan en este trabajo³ las salas paleontológicas del Museo de La Plata, institución emblemática de la ciudad de homónima. La interpretación de este diálogo se hace desde un enfoque comunicacional holístico propuesto por Hooper-Greenhill (1998) donde las exposiciones, aunque consideradas como espacios de comunicación privilegiados, precisan ser analizadas en el contexto de la institución como un todo.

Siendo el Museo de La Plata una institución constituida a fines del siglo XIX como un museo de Historia Natural, el término *objeto* se usa aquí en sentido amplio, incorporando también los especímenes, objetos naturales colectados, clasificados, montados, expuestos, convertidos por tanto en parte de nuestra cultura material, constructos institucionales, “piezas humanamente definidas”, al decir de Pearce (1992). Los objetos museales son colectados, preservados, escogidos y presentados en una secuencia determinada con el fin de comunicar una idea, de contar una historia, de operar

³ Este trabajo está basado en algunas de las consideraciones esgrimidas en mi tesis de doctorado (ver Murriello 2006).

como evidencia de aquello que se quiere mostrar. Este montaje, carga los objetos con el significado otorgado por los curadores, pero su polisemia sigue intacta, a la espera de otras miradas que los (re)signifiquen. En palabras de Pearce “*La interpretación resultante surge no del objeto como tal, sino del encuentro entre los objetos y la mente de quien los ve. Por lo tanto, la interpretación no es el verdadero significado del objeto; es la construcción individual de su significado y, por lo tanto, estrictamente una ilusión creada a fin de que se amolde a su mundo imaginario individual*” (1992, p. 220). La réplica del *Diplodocus carnegie*, incorporado al Museo en 1912 y que ha transitado desde entonces por tres salas del Museo, es un objeto paradigmático (Figura 1). Objeto valioso para la institución por su historia, referente de la importancia internacional del Museo que ha sido, por décadas, el patrón de medida de la grandeza de los congéneres “argentinos”, es uno de los “inolvidables” para grandes y chicos en quienes despierta admiración y hasta temor. Pero ¿qué ha significado para el público este deslumbrante esqueleto Jurásico? ¿Una representación del pasado? ¿Una especie más? ¿Una evidencia evolutiva? Este tipo de cuestiones es la que se abordan desde un enfoque comunicacional de los museos y sus exposiciones.

En este trabajo se presenta, de forma amplia, una investigación realizada como trabajo de doctorado sobre la relación dialógica, en términos de encuentro y desencuentro entre el Museo de La Plata, sus exposiciones y sus públicos. Este análisis se plantea desde una perspectiva de los *estudios de público* que se han incrementado en las últimas décadas debido al interés creciente en conocer y entender los públicos de museos (Murriello, 2006). Esta tendencia se refleja en el incremento de investigaciones y especializaciones en esta área denominada también *–visitors studies o audience research–* que busca analizar, evaluar, entender, registrar, e interpretar las características, los comportamientos, las motivaciones y las ganancias cognitivas y afectivas de los públicos que visitan los museos. Desde esta perspectiva se asume aquí que los museos son espacios educativos no-formales en los que debe ser analizado tanto el momento de la visita como su impacto a largo plazo. A estos fines el *modelo contextual de aprendizaje* propuesto por los investigadores americanos Falk & Dierking (2000) es un referente que permite abordar la multidimensionalidad de la experiencia museal valorizando el *contexto personal*, el *socio-cultural* y el *físico* a través del tiempo.

⁴ Traducción propia



Figura 1: *Diplodocus* en “construcción” en la Sala *Tiempo y Materia* (2004)

El Museo de La Plata, espacio emblemático

Fundado en 1884 el Museo de La Plata fue incorporado a la Universidad Nacional de La Plata al ser creada. Para esa época el Museo era ya una institución de referencia internacional y con una alta visitación: los registros institucionales dan cuenta de unos 36 mil visitantes anuales (Museo de La Plata, 1907). El prestigio de la institución y la afluencia de público han ido en aumento desde entonces y, a más de un siglo de existencia, el Museo se ha constituido en un símbolo de su ciudad, valorizado por la población, cuenta con un alto índice de visitación y es referencia internacional por sus colecciones e investigaciones científicas.

Sus 21 salas de exposición permanente abiertas al público están distribuidas entre el primer y el segundo piso del Museo donde se exponen objetos provenientes de adquisiciones, donaciones y colectas de campo realizadas por los profesionales de la institución. El criterio de delimitación de las salas es básicamente disciplinar: Paleontología, Zoología, Botánica, Arqueología, Antropología Biológica, Etnografía, a excepción de dos salas reformadas en 2002 y 2004, *La Tierra, una historia de cambios* y *Tiempo y materia: laberintos de la evolución*, en las cuales predomina un criterio temático. Coexiste, también, una Sala Egipcia con piezas originales (Figura 2).

A través de las exposiciones paleontológicas, que ocupan un tercio de dos salones del Museo, la institución se propone narrar la historia de las formas de vida pasadas en concordancia con los criterios evolucionistas establecidos desde su fundación. La organización inicial del Museo dada por su fundador, el Perito Francisco Pascasio Moreno,

respondía a un criterio progresista para sus salas dispuestas en forma de “*anillo biológico que comienza en el misterio y termina con el hombre*” (Moreno 1890-91, p.39). La búsqueda de esa organización — interpretada como ordenamiento cronológico — norteó los cambios museográficos a lo largo de la historia institucional que procuraron modernizar la exposición sin reformular este criterio. En este sentido, pueden interpretarse como quiebres a esta tendencia la ya mencionada remodelación de salas realizadas en 2003 y 2004, inaugurando —en términos de concepción de exposiciones—una “época de integración”(Murriello, 2006).

La Paleontología ha ocupado desde la fundación un papel constitutivo de la identidad de la institución. Pero mientras la riqueza de sus colecciones ha ganado fama institucional, sus exposiciones, que fueran de vanguardia a fines del siglo XIX, no han conseguido acompañar las innovaciones mundiales en el campo museográfico. En más de un siglo de historia pueden diferenciarse distintas épocas en su desarrollo que dan cuenta de las variables que han intervenido en conformar esta cara visible del museo (Murriello, 2006), canal de comunicación por excelencia con los visitantes. En la **Tabla 1** se puede apreciar la propuesta conceptual de las salas paleontológicas en 2005, momento para el cual ya habían sido modificadas las Salas II y III, anteriormente dedicadas a Geología y Paleontología respectivamente.

SALAS	PROPUESTA CONCEPTUAL	
	TEMA	ENFOQUE
IV	Paleozóico (ex Sala III)	cronológico/taxonómico/biodiversidad /ambiental
	Triásico Argentino	por afloramientos
V	Jurásico e Cretácico	taxonómico / biodiversidad / ambiental
VI	Cenozóico	taxonómico / biodiversidad
VII	Mamíferos fósiles Edentados	taxonómico / anatómico / ambiental
VIII	Intercambio Americano	taxonómico / biogeográfico
IX	Paleontología del Pampeano	ambiental / taxonómico

Tabla 1- Ejes temáticos y enfoques predominantes en las salas paleontológicas en 2005 (Murriello, 2006).

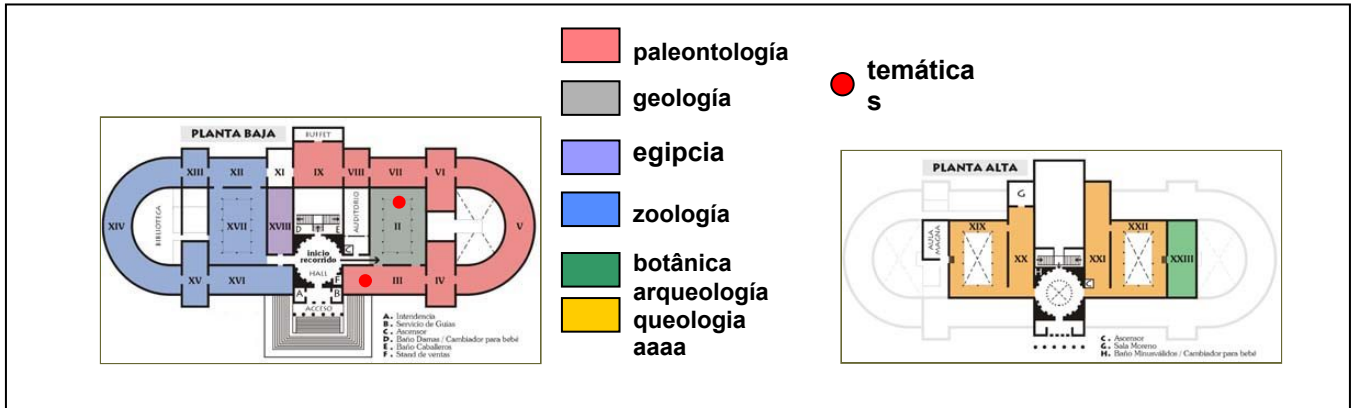


Figura 2. Plano general plantas inferior y superior Museo de La Plata (2005)

De encuentros y desencuentros

La abundante y variada colección de objetos paleontológicos que conforman las exposiciones del Museo está apoyada por otros recursos visuales que operan de soporte y buscan contribuir en otorgarle el sentido buscado por sus curadores. Cabe destacar que las reformas citadas incorporaron algunos equipamientos interactivos y multimedia pero en las restantes salas no hay otros estímulos, por lo que los objetos --y sus atributos-- continúan reinando en las exposiciones. A través de un detallado análisis de las salas paleontológicas (Muriello, 2006) se llegó a determinar que hay cinco atributos de los objetos, y de sus colecciones, que aparecen destacados en la exposición de forma recurrente a través de distintos canales: el *tamaño*, la *territorialidad/nacionalidad*, la *diversidad*, la *autenticidad* y la *antigüedad*. Es decir que la institución ha puesto énfasis en construir su discurso destacando lo impresionante de algunos de sus objetos --si comparados con el hombre--, el valor de sus colecciones americanas, la diversidad de formas de vida que poblaron el pasado, el valor de los objetos auténticos o “reales” y la carga temporal que conllevan.

Pero ¿cuál es la mirada de los visitantes que recorren las salas paleontológicas del Museo? ¿Y quiénes son estos visitantes homogeneizados bajo la designación de “público general”?

Cabe destacar que el Museo no ha tenido más que un registro numérico, y no siempre sistemático, de su público independiente; es decir que al momento de esta investigación aún se desconocía el perfil sociodemográfico de visitantes independientes, siendo que había registros más detallados de los grupos –mayormente escolares-- que han solicitado guía desde el año 1986. El público escolar ha resultado así un grupo privilegiado por la institución, tanto por la oferta de servicios como por el conocimiento más exhaustivo de su perfil sociodemográfico. Sin embargo, para conocer mejor a los visitantes y poder identificar su agenda, sería necesario indagar aún más en sus expectativas y motivaciones, el llamado *contexto personal* de la experiencia. El citado *modelo de aprendizaje contextual* de Falk / Dierking ayuda a dimensionar la importancia de estos factores, cruciales para interpretar el valor de la experiencia museal.

Como resultado general del análisis realizado se puede afirmar que el Museo convoca a un público medianamente instruido que busca un espacio de placer-educativo-familiar. Se destaca la ausencia de adolescentes y de la tercera edad, siendo que prevalece el público infantil acompañado de jóvenes y adultos. La caracterización de este público como predominantemente *familiar* permite indagar, por ejemplo, en el tipo de interacción intragrupal durante la visita. Tal como muestran investigaciones en este campo (Ørmen,1998; Studart,2005, entre otros), el comportamiento dentro de una exposición, y en consecuencia su aprovechamiento, se modifica de acuerdo al *contexto social* de la visita.

Cabe destacar que la percepción que estos grupos etarios tienen de la exposición es diferente siendo, por ejemplo, el *contexto físico* un obstáculo para disfrutar de la visita, debido a problemas de ambientación -luz, limpieza, temperatura, distancias-, o una dimensión transparente a la mirada infantil. A su vez la exposición presenta dificultades de apreciación, estética y lectura que son percibidas claramente pero que, adultos y jóvenes, pueden diferenciar del valor de los objetos en exposición, pasando a ser así *exposición* y *objeto*, categorías diferentes. Sin embargo, al entender la visita al museo como un *todo* indisoluble, de acuerdo al esquema holístico ya citado, podemos interpretar que la falta de confort físico lleva a afectar la calidad de apreciación y el registro emocional de la experiencia que, a su vez, incidirá en las decisiones posteriores de visita .

En esta investigación se procuró indagar en la mirada sobre estas salas del público no escolar, que visita el Museo de forma independiente, es decir sin guía. El Museo tiene una alta visitación en los fines de semana y en los periodos de receso escolar. Se realizaron entonces muestreos sistemáticos en los años 2002 al 2005 en el periodo de vacaciones

de invierno a través de diferentes instrumentos de indagación cuyos resultados⁵ fueron triangulados.

- Cuestionarios escritos: fueron colocados a disposición de los visitantes en la salida de la Sala VIII y punto de recolección en la Sala IX, última destinada a la paleontología. Se trabajó con una muestra de 361 cuestionarios voluntarios y anónimos en los que se indagó la relación del visitante con las exposiciones paleontológicas en función de cuatro parámetros: *atención*, *novedad*, *dificultades* y *carencias*. Las respuestas fueron analizadas en forma cuantitativa en base a cuatro categorías: *objetos*, *conceptos*, *ambiente* y *general*.
- Entrevistas: 121 entrevistas semiestructuradas, anónimas, fueron realizadas en la Sala IX, última del sector paleontológico en el sentido de visita propuesto por la institución. A través de este instrumento se procuró rescatar el aspecto emocional de la visita mediante el análisis cualitativo de la selección léxica, de gestos, expresiones y actitudes. Los parámetros: *atención*, *novedad*, *dificultades* y *carencias* fueron utilizados en la organización de los datos.
- Análisis de trayectos: se realizó en la Sala VI, que introduce al visitante en el Cenozoico presentando allí ejemplares valiosos y llamativos. Se analizaron 67 trayectos con sus paradas, tiempos de detención y registro de actitudes.

Del análisis de los resultados se puede tener un panorama de lo que el público *dice* sobre las salas paleontológicas y de lo que el público *hace* en ellas como elementos reveladores del sentido que le otorgan. A modo de ejemplo se presentan aquí apenas algunos resultados que puedan ser útiles a una reflexión general sobre este tipo de análisis.

Los cuestionarios fueron respondidos mayormente por mujeres (59%) gran parte de ellas menores de 12 años (46%) que catalogan el paseo como *paseo familiar*. Lo que atrae la *atención* parecen ser los *objetos* (63%) entre los cuales los más citados son los *dinosaurios* (60%), especialmente por los chicos (74%). Entre ellos el *Diplodocus* y el *Iguanodon* son los más citados. El *ambiente* del Museo es llama la atención a un porcentaje menor (25%) pero de jóvenes y adultos. Como novedad se destaca una diversidad de factores que alimentan una categoría *general* y, en segundo término (27%), nuevamente los *objetos* entre los que los dinosaurios representan el 37% de las elecciones. Las *dificultades* y las *carencias*, que resultaron difíciles de diferenciar entre sí,

⁵ El análisis pormenorizado puede consultarse en la investigación original (Murriello, 2006).

fueron señaladas básicamente por jóvenes y adultos por lo que la frecuencia es baja, siendo el *ambiente* lo que produce mayor incomodidad, señalando la presencia de vitrinas vacías, la falta de cuidado, el frío, etc.

Por su parte las entrevistas aportaron profundidad a los datos mostrando que en la valoración de los objetos se pueden reconocer los mismos cinco atributos destacados por la exposición. A modo de ejemplo cabe rescatar algunas citas textuales: Tamaño (“*Los más grandes son impresionantes, parece mentira que hubieran existido*”), autenticidad (“*nos cuesta mucho darnos cuenta qué son copias y qué son originales*”), nacionalidad (“*que eran autóctonos*”), antigüedad (“*los años de la Tierra*”), diversidad (“*ver el repertorio de animales que había*”). Entre los objetos más citados vuelven a predominar los *dinosaurios* (62), los “*esqueletos*” en general (23) y en menor medida los *megamamíferos* (11). Las entrevistas revelaron también la atracción que el Museo provoca en si mismo, la tendencia a compararlo con otros museos conocidos y el orgullo de saber que ocupa un lugar reconocido a nivel internacional. La presencia de otro tipo de módulos expositivos, algunos de ellos interactivos, en la reformada Sala III provocó aceptación, especialmente por parte de niños, y despertó comparaciones de estilo expositivo con las otras salas en jóvenes y adultos.

El análisis de trayectos reveló el uso del espacio expositivo y algunos comportamientos en el ámbito de la exposición que dan cuenta del *poder de atracción* y *de retención* de objetos y escenarios. La mayor parte de los observados estaban en grupo familiar situación en la que, tal como afirma Ormen (1998), tienden a comportarse como una unidad comandada por los niños. El máximo poder de atracción está en el escenario de megamamíferos del Cenozoico que domina parte de la Sala, con lo cual los visitantes se dirigen allí al entrar, contrariando el sentido propuesto por el cartel indicador de la entrada. A partir de este primer punto de detención, no hay un único trayecto, con lo que queda claro que el orden de lectura es aleatorio. Se identificaron 6 áreas de detención y, en función del número de paradas, 7 tipos de comportamiento que implican hasta 300 segundos (5 minutos) de permanencia en la sala.

Además de los datos generados por los instrumentos aquí sucintamente descritos, inicialmente se analizaron también los datos de encuestas pre-existentes⁶, algunos de los cuales no habían sido aún procesados. Éstos ayudaron a conformar un perfil de público visitante, entender la dinámica de visitación y aproximarse de algunas

⁶ Encuesta del *Servicio de Guías* - (1986-2005) / Encuesta de la Dirección del Museo (1991 - 2000-2001) / Encuesta de las Cátedras de la *Facultad de Ciencias Naturales y Museo* (2002) / Sondeo de visitantes de la Dirección del Museo – (2004).

percepciones del público que visita el Museo en forma independiente. La resignificación de datos a partir de la complementación de instrumentos arrojó resultados interesantes. Así, por ejemplo, encuestas realizadas en los años 2000 y 2001 señalaban claramente la preferencia del público por los “*dinosaurios*” (60 a 70 %), del mismo modo las salas paleontológicas –identificadas como las salas de “los dinosaurios” -- eran destacadas como las preferidas por 30 a 40 % de los encuestados. Era llamativa también la escasa mención de los megamamíferos fósiles, grandes esqueletos montados, ampliamente representados en la exposición. Cabe destacar que en las últimas décadas, a partir del resurgimiento de la dinomanía, el Museo comenzó a resaltar, como forma de promoción institucional, la presencia de dinosaurios en sus salas.

Sin embargo, los instrumentos aplicados en el transcurso de esta investigación llevan a considerar que, para el público estudiado, por *dinosaurio* se entiende todo esqueleto grande montado. De ese modo, los megamamíferos, objeto de orgullo institucional por su valor y motivo de reconocimiento internacional, quedan invisibilizados bajo la apariencia de *dinosaurios*. El pasado fósil quedaría así representado apenas por el Mesozoico y la propuesta evolutiva que la institución pretende abordar, distorsionada.

Valga este caso apenas como ejemplo de un desencuentro “taxonómico” que tiene profundas consecuencias conceptuales. Pero hay otros desencuentros entre la institución y sus visitantes: hay objetos invisibilizados, cartelera contradictoria, textos y vitrinas diseñados para adultos donde predomina el público infantil, ambientes poco confortables...y sin embargo el Museo de La Plata continúa siendo un ícono, un espacio de alta visitación, un lugar querido y valorado. Y ese es el lugar de los encuentros. Hay intenciones que coinciden entre lo que la institución muestra y lo que los visitantes buscan, Hay sorpresa, hay impacto, hay abundancia, hay antigüedad, hay objetos reales, hay referentes nacionales. Hay un diálogo, perfectible si se reconocen todas las voces; camino que el Museo parece haber comenzado a transitar en los últimos años.

A modo de cierre

Este trabajo pretende llevar a la reflexión sobre la importancia de considerar la mirada del público al diseñar exposiciones las que, entendidas como espacios de interacción, de diálogo institución-visitante / objeto-visitante, son lugares de encuentro o de desencuentro. Por otra parte, desde el punto de vista didáctico no se puede olvidar que la

asociación de lo nuevo a lo ya conocido, sostenido desde una mirada constructivista como estrategia de conocimiento, es aplicable también a los museos (Hein, 2001). Así el carácter educativo de los museos precisa de una planificación acorde a su función, no solo en la generación de actividades educativas especiales y en la oferta de visitas guiadas, sino en el diseño y montaje de las exposiciones.

Cabe destacar también que los museos, todos ellos, como espacios de exposición de objetos materiales tienen un lugar único e insustituible y, aún en competencia con otros espacios de educación y placer, continúan atrayendo la atención de visitantes que buscan allí ese encuentro. Los objetos son entonces esenciales, pero polisémicos. La (re) significación de los objetos queda por cuenta de los visitantes y será ayudada o entorpecida por la propuesta museográfica.

En el caso particular de los objetos paleontológicos las múltiples (re)significaciones interactúan con la conformación de la idea de pasado y de ciencia paleontológica que el Museo propone. Conocer la mirada de los visitantes puede ayudar a desarrollar montajes que logren poner énfasis en lo que la institución quiere comunicar, a establecer un diálogo con los distintos grupos de público de acuerdo a sus demandas y expectativas. Desde esta perspectiva el cuestionamiento de “qué es lo que el individuo aprende como resultado de la visita a un museo”, tan común para los museos preocupados con su papel educativo pierde su sentido. Una buena pregunta sería: “*¿De qué manera ese museo, exposición o conferencia contribuye con lo que alguien ya sabe, cree, siente, o es capaz de hacer?*” (Falk & Dierking, 2000, p.12).

El Museo de La Plata, tiene un papel social indiscutible, escuchar al público que lo visita es el desafío que ha comenzado a enfrentar en las últimas reformas.

Bibliografía

ASENSIO, M.; POL, E. **Quando la mente va al museo, Un enfoque cognitivo-receptivo de los estudios de público.** In: JORNADAS ESTATALES DEAC, 9, 1996. Jaén. **Actas....** 1996. (Material mimeografiado).

CURY, M.X. **Exposição: análise metodológica do processo de concepção ,montagem e avaliação.** Dissertação de Mestrado. Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo 1999.

_____. **Comunicação museológica: uma perspectiva teórica e metodológica de recepção.** São Paulo, 2005. 351p. Tesis de Doctorado em Comunicação. Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2005.

HEIN, G. **Learning in the museum**. London, Routledge, 2001.

HOOPER-GREENHILL, E. A new communication model for museums. In: KAVANAGH, G. (Ed.) **Museum languages: objects and texts**. 1st. ed. 1991. London: Leicester University Press, 1996. p. 47-62.

_____. **Los museos y sus visitantes**. Gijón: Ediciones Trea, S.L. 1998.

_____. **Museums and the interpretation of visual culture**. London: Routledge, 2000.

MURRIELLO, S.E. **As exposições e seus públicos: a Paleontologia no Museu de La Plata**. Tesis de Doctorado. Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Campinas, 2006. 413 p. Disponible en: <http://libdigi.unicamp.br>. Directora: Profa. Dra. Maria Margaret Lopes. Becaria: CAPES, Brasil.

ØRMEN, T. A study of visitor attention and time used at the zoological Museum in Oslo. In: DUFRESNE-TASSÉ, C. (Org.). **Evaluation and museum education: new trends**. Québec: CECA-ICOM, 1998. p. 137-148.

PEARCE, S. **Museums, objects and collections: a cultural study**. London: Leicester University, 1992.

STUDART, D.C. Museums and families: the perceptions and behavior of children and their families at children's exhibits **História, Ciência, Saúde – Manguinhos**. Rio de Janeiro, Brasil, v. 12, p. 55-77, 2005. (Museu e Ciências. Suplemento).