

Capital cultural del público visitante de los Museos del Banco Central de Costa Rica con enfoque de análisis multivariado.

Avance de investigación en curso.

GT 03: Producción, consumos culturales y medios de Comunicación

Resumen

El objetivo del artículo es caracterizar el perfil del público visitante de los Museos del Banco Central, para establecer las características del consumidor cultural del producto museístico. Se utilizó una metodología cuantitativa desde un enfoque de análisis multivariado. La investigación permite concluir que el público visitante corresponde a un sector de población más instruido y educado (capital cultural institucionalizado), creando y reproduciendo las condiciones de ese grupo (capital cultural objetivado), que visita el museo en tanto previamente obtuvo elementos culturales y simbólicos para su disfrute y comprensión (capital cultural incorporado).

Nombre de ponencistas:

Licda. Adriana Salazar Miranda.
M.A Antonio Delgado Ballesteros.
M.A Álvaro Madrigal Mora.

Palabras clave:

Museos del Banco Central, estudio de público, producto museístico.

Introducción

Patrimonio, Desarrollo y Sociedad es un Programa Integrado, de la Escuela de Sociología de la Universidad Nacional, que tiene como elemento central desarrollar procesos de investigación en torno al patrimonio de nuestro país, ya sea cultural o natural, tangible o intangible, con la finalidad de establecer procesos de protección, conservación y rescate del mismo, contemplando estrategias que permitan que el patrimonio pase a ser un elemento esencial en el desarrollo integral de la sociedad.

Una de las vías con que opera el Programa, es a través del trabajo y apoyo con las instituciones salvaguarda del patrimonio y museos, para analizar su quehacer en torno a la conservación, investigación y comunicación de dicho patrimonio. Es decir, cómo los museos buscan su sustentabilidad a través de la gestión del patrimonio, pero a su vez, cómo estas instituciones se insertan dentro de sus comunidades, contribuyendo también a la consecución de la sustentabilidad de las mismas.

En este marco, nace el proyecto Evaluación Interdisciplinar de Museos Nacionales, que tiene como objetivo general: “Evaluar, desde una perspectiva interdisciplinar, la incorporación que hacen tres museos nacionales 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), en su quehacer comunicacional y de accesibilidad al público, como parámetro para determinar la contribución de estas instituciones a la consecución de una sociedad más justa, equitativa e inclusiva”. El proyecto se compone de actividades de investigación y de extensión en tres museos de Costa Rica: Museos del Banco Central, Museo Nacional y Museo de Arte Costarricense. Dentro de las actividades de investigación, se enmarca el actual avance que

corresponde al trabajo realizado con los Museos del Banco Central. El estudio inició motivado por el hecho de que 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.

Antecedentes de los Museos del Banco Central

“Después de la Guerra Civil de 1948, nuevos grupos sociales tuvieron acceso al poder político e impulsaron un amplio conjunto de reformas, las cuales dieron nuevas funciones al Estado y lo orientaron hacia la industrialización. También se diversificaron las actividades agropecuarias: se promovió la intensificación de la ganadería de carne, lo mismo que el cultivo de la caña de azúcar, del café y del banano” (Banco Central de Costa Rica, 2013). Con la constituyente de 1949 el Estado se reforma y se promueve como interventor, es en esa época donde se amplía la infraestructura del Estado y se crean diversas instituciones. En la década de 1950 el gerente general del Banco Central de Costa Rica, Ángel Coronas, propone la creación de un Museo Histórico, el 14 de Junio de ese mismo año en sesión de Junta Administrativa mediante acuerdo No 38 se toma la decisión de crear el Museo.

“En 1950 el BCCR inicio el proceso de adquisición de bienes arqueológicos y numismáticos” (Banco Central de Costa Rica, 2013), las colecciones se exponían en pequeñas exhibiciones temporales ya que el Banco Central no contaba con un edificio sino que compartía el edificio de Banco Nacional de Costa Rica. Es en 1964 cuando se construye el edificio del BCCR, ubicado hoy entre avenida central y primera, calles 2 y 4 en San José, el Museo se estableció en el octavo piso y hospedó una valiosa colección arqueológica y cultural de oro precolombino.

En las década de años cincuenta el Museo comenzó a adquirir obras de arte de artistas nacionales de los cuales destacan Francisco Amighetti, Margarita Bertheu, Max Jiménez, Pedro Ortiz, entre otros; además el Banco Central recibió una donación de la familia Solera que contemplaba una colección de billetes que abarcan aproximadamente un periodo de 100 años, en la actualidad se exponen en el museo de numismática “Jaime Solera Bennett”, contenido dentro del edificio de Museos del Banco Central bajo la plaza de la cultura.

Luego de unos años esta galería ubicada en el octavo piso, no contaba con el espacio suficiente para continuar albergando sus colecciones. Por ello se decide construir un museo que sea exclusivamente diseñado para acoger y exhibir las colecciones del Banco Central.

En 1978 inician los procesos constructivos para realizar la edificación que llevo el nombre de proyecto Plaza de la Cultura-Museos del Banco Central edificio subterráneo que yace bajo la explanada de la plaza de la cultura, el cual es el primer edificio construido en Costa Rica con el objetivo de albergar un museo. Este edificio fue diseñado por los arquitectos costarricenses Edgar Vargas (fallecido en 2007), Jorge Bertheau y Jorge Borbón, la edificación duro seis años finalizando en 1982, su construcción se efectuó entre las administraciones de los presidentes Daniel Oduber y Rodrigo Carazo. Su importancia es tal que la editorial inglesa *Phaidon Press Limited*, publicó el libro “XX Century World Architecture” y lo seleccionado como uno de los 800 mejores edificios del planeta construidos entre 1900 y 1999.

En 1982 el edificio Museos del Banco Central abre sus puertas al público. En 1983 la estructura empieza a utilizarse para albergar un sinnúmero de exposiciones temporales.

“El 15 de setiembre de 1985 se reinaugura, en esta nueva sede, el Museo del Oro Precolombino Álvaro Vargas Echeverría y en 1990, con motivo de la celebración del cuadragésimo aniversario del Banco Central, abre sus puertas el Museo de Numismática, que se designa con el nombre de Jaime Solera Bennett.” (Museos del Banco Central, 2013)

Casi once años después se crea la Fundación para Administrar los Museos del Banco Central mediante la Ley número 7363 que es creada con el propósito de dirigir de manera más eficiente el trabajo cultural que hasta ese entonces venía realizándose en el Museo “Desde entonces un calificado grupo interdisciplinario de profesionales trabaja con ahínco por ofrecer nuevas y variadas exhibiciones al público que visita la institución” (Museos del Banco Central) (Mora, 2013).

Planteamiento central y marco de referencia teórico

El objetivo general del estudio fue caracterizar desde un enfoque de análisis multivariado el público visitante de los Museos del Banco Central de Costa Rica para establecer un perfil del público consumidor del producto museístico. Los objetivos específicos fueron describir las características culturales, educativas, laborales y perceptivas del público visitante y analizar cómo estas características permiten explicar su visitación.

El marco teórico y conceptual del análisis se ubica dentro de la sociología de la cultura, específicamente con la propuesta del sociólogo francés 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 estudiará en sus tres estados: incorporado, objetivado e institucionalizado.

En estado interiorizado o incorporado: es decir, en forma de disposiciones duraderas del organismo. “Es una posesión que se ha convertido en parte integrante de la persona, en habitus. Del “tener” ha surgido “ser” (Bourdieu, 2000, p.140). En este sentido, no puede ser transmitido, explica Bourdieu, de manera instantánea, por donación, herencia, compraventa o intercambio. Asimismo, es importante tomar en cuenta, que la incorporación del capital cultural puede realizarse – en diferente grado según la época, la sociedad y la clase social- sin medidas educativas expresamente planeadas y, por lo tanto, de forma completamente inconsciente” (Bourdieu, 2000, p. 141).

En estado objetivado: en forma de bienes culturales, cuadros, libros, diccionarios, instrumentos o máquinas, que son resultado y muestra de disputas intelectuales, de teorías y de sus críticas. “Subsiste como capital simbólico y materialmente activo y efectivo sólo en la medida en que el agente se haya apropiado de él y lo utilice como arma y aparejo en las disputas que tienen lugar en el campo de la producción cultural (arte, ciencia, etc.) (Bourdieu, 2000, p.146).

En estado institucionalizado: “consiste en una forma de objetivación específica, mediante la cual se reconoce socialmente un valor a una práctica o a un objeto que es relativamente independiente de la competencia efectiva del agente y de sus realizaciones” (Ariño, 2003, p.310).

En este sentido, concluye el autor (Bourdieu citado en Ariño, 2003) que la cultura de las sociedades de clases, puede funcionar como capital cultural, es decir, como recurso, desigualmente distribuido, predisposto a expresar y a legitimar la dominación. Lo cual queda reflejado en la siguiente cita:

“el capital cultural objetivado no puede subsistir como recurso actuante más que en y mediante las luchas que se desarrollan tanto en el campo cultural como en el espacio social más general. En estas luchas, los agentes tratan de apropiarse de las obras culturales, tanto material como simbólicamente, bien en forma de capital incorporado u objetivado, con el fin de asegurarse dos tipos de beneficios: un beneficio de distinción (el poder distintivo de los bienes culturales disminuye cuando aumenta el número absoluto de quienes están en condiciones de apropiárselos) y un beneficio de legitimidad (que consiste en el hecho de sentirse justificado de existir (como se existe), de ser como es necesario (ser).” (Ariño, 2003, p.311).

Metodología

La metodología utilizada responde a un enfoque cuantitativo, desde un enfoque de análisis multivariado. La técnica de recolección de información fue el cuestionario estructurado. La muestra total fue de 206 personas entrevistadas, entre nacionales y extranjeros.

El instrumento aplicado, al cual se le incluyeron las necesidades de información que requerían los Museos del Banco Central, se compuso de seis bloques de preguntas para el caso de los nacionales, que en total suman sesenta y seis preguntas. Y siete bloques para el caso de las y los extranjeros que corresponde a un total de setenta preguntas. Los bloques del cuestionario son: perfil socio demográfico (aspectos generales del entrevistado/a); preguntas sobre visitación de museos en general y otras actividades culturales, que buscaba identificar el capital cultural del público visitante; percepción sobre la visita a los Museos del Banco Central; percepciones sobre el Museo, la cual se midió a través de una serie de afirmaciones sobre diversos elementos, temas o servicios brindados; preguntas sobre otros servicios que ofrece el Museo; preguntas de cierre, donde se incluyeron preguntas abiertas, que apuntaban a saber las recomendaciones o sugerencias del público visitante; finalmente, el bloque específico para la población extranjera, que apuntaba a conocer información adicional.

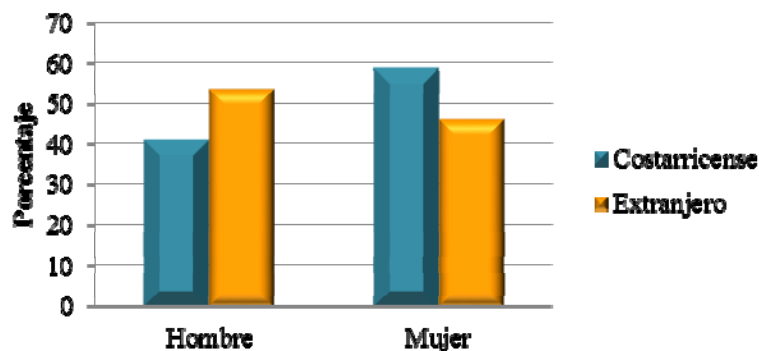
La recolección de datos duró un total de catorce días¹, de martes a domingo, excluyendo los días lunes. Las fechas de aplicación corresponden desde el viernes 17 de agosto hasta el domingo 2 de septiembre de 2012.

Hallazgos y discusión

La exposición se presenta con la siguiente línea: primero, se exponen las características sociodemográficas del visitante, seguido del análisis de las condiciones culturales, posteriormente se contemplan las percepciones sobre las condiciones del museo y finalmente, se presentan las diferencias y similitudes entre el visitante nacional y el extranjero.

Dentro del perfil sociodemográfico, de las 206 personas consultadas, 102 son de nacionalidad costarricense y de manera muy similar, 104 fueron de otra nacionalidad. En el caso de los costarricenses, hubo mayor cantidad de entrevistadas del sexo femenino (casi un 60%). Mientras que en el caso de los extranjeros las mujeres representaron un 46% contra un 54% de hombres.

Gráfico 1
Museos del Banco Central
Distribución relativa del sexo del visitante según
nacionalidad. 2012



¹ Inicialmente se habían establecido quince días de trabajo de campo. Pero el miércoles 29 de agosto el Museo estuvo cerrado por reparaciones internas. La forma de solventar esto dentro de la muestra fue que del día jueves 30 al domingo 2 de setiembre se amplió el tiempo de aplicación dentro del museo.

Fuente: Elaboración propia.

Sobresale que el estado civil predominante tanto en nacionales como extranjeros es el de soltero/a, representando en ambos, valores cercanos al 50%. Pero el 90% de los nacionales realizaron la visita en compañía. En el caso de los extranjeros una tercera parte realiza la visita sin compañía (27%). Respecto a las edades del público visitante, realmente no existe un bloque homogéneo. En los nacionales, se puede decir que de los 15 a los 34 años constituye el fuerte de visitación, representando un 60,7%. En el caso de los extranjeros, el grupo visitante se concentra en las edades que van de 17 hasta los 44 años, representando un 62,4%. Lo cual hace que el museo deba tomar en cuenta la heterogeneidad en su oferta museística a fin de satisfacer todos estos grupos. Este grupo se complejiza, si además vemos que dos de cada tres visitantes dijeron laborar. En el caso de los nacionales, el grupo que labora es de 55%, mientras que en el caso de extranjeros la cifra de los que laboran aumenta hasta un 83% aproximadamente, es decir, de los extranjeros al menos 4 de cada 5 visitantes dijo laborar.

En relación con el nivel educativo, resalta que un porcentaje alto contaba con estudios universitarios, ya sea completos o en proceso, con valores de 60% en nacionales y casi el 90% en extranjeros. Esta diferencia es estadísticamente significativa ($t=3.78$, $P=0.00$). Otra variable que nos permitió medir el capital cultural institucionalizado además de lo anterior, representa las carreras profesionales que el público visitante indicó, se determinó que un 14,8% pertenecen al sector de la administración, un 13% son educadores y un 11,1% son de las ciencias de la salud, siendo las profesiones más representadas. Además, vale destacar la gran diversidad de profesiones de los y las visitantes, lo que en alguna medida hace pensar que si bien puede existir una correlación entre el ser profesional y el visitar museos, en el caso de los Museos del Banco Central, atrae profesionales de muy diversos sectores y no necesariamente afines a las temáticas que ofrecen los Museos. Probablemente influye en esto también, la diversidad de opciones que ofrecen los museos en estudio. Esto podría ser explicado si tomamos en cuenta que “cada persona posee una capacidad definida de aprehensión de la obra artística, capacidad que está en función del conocimiento que posee del código simbólico necesario para descifrarlo” (Sánchez, J; Abió, C; Álvarez, A; Arraztoa, J; Corchado, A, 1997, pág. 84).

Sobre la visitación de museos en general y la realización de otras actividades artísticas por parte del público visitante, llama la atención que al momento de la entrevista la mayoría ya habían visitado algún museo en su vida. Un 87% de las y los costarricenses ya habían visitado un museo en su vida y casi el 100% de los extranjeros. Lo cual a su vez refleja valores diferentes entre ambos grupos. Tanto en nacionales como extranjeros, la edad más común en la cual se visitó por primera vez un museo fue la época escolar (entre 7 y 12 años), sin embargo, llama la atención que en el caso del grupo que visitó por primera vez un museo a edades inferiores a la escolar (1 y 6 años), el segmento de extranjeros duplica al nacional en razón de 2 a 1. Reflejando nuevamente diferencias en el capital cultural objetivado e institucionalizado de ambos públicos. Ya que “la forma y el momento en el que la persona toma un primer contacto con el arte, va a determinar su comprensión y su relación futura con la obra artística” (p.113), además se puede apreciar que es en la socialización primaria, que es la más importante para el individuo (Berger y Luckmann, 2008), donde predomina este primer contacto, y recae en la familia y la institución educativa primaria.

El 75% de los extranjeros habían visitado otro/s museo/s durante el último año, valor que disminuye a 50% en el caso de los nacionales. Asimismo, se determinaron diferencias significativas ($t=4.9$, $P=0.00$) entre la cantidad promedio de visitas a museos ese último año consultado, en los nacionales es de 1,1 mientras que en los extranjeros de 2.1. Estos porcentajes confirman la relación entre la temprana aprehensión a elementos culturales y la visitación de museos.

Un 36% de los nacionales visitó los Museos del Banco Central por primera vez. Es decir, que el 64% de los nacionales ya conocían o habían visitado el museo con anterioridad (más de la mitad de esta población lo ha visitado en un periodo que no excede los tres años), lo cual podría significar que el

público nacional es un visitante activo del producto museístico, y que podría suponer que la oferta cultural de este museo es atractiva. En los extranjeros, la mayoría realizaba la visita por primera vez (94%).

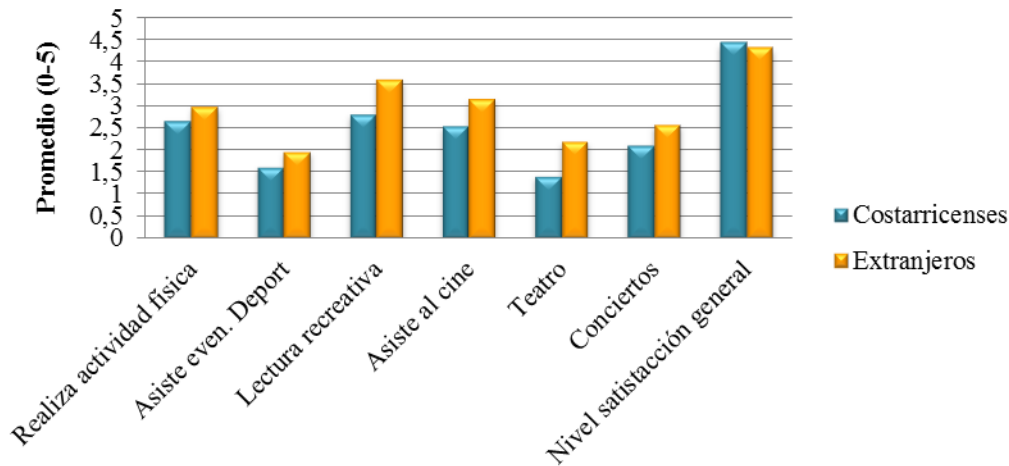
A la hora de consultarles el motivo de su visita, en el costarricense la principal razón para visitar el museo fue acompañar o llevar a algún familiar, con un 23%. El 38% de los extranjeros indicaron que la razón para visitar el museo fue aprender y conocer. Asimismo, cuando se les consultó a ambos, sobre los medios de comunicación por los cuales habían obtenido información del museo, llama la atención que aun con la disposición de los medios tecnológicos de hoy en día, la recomendación personal o verbal (cara a cara) sigue siendo la principal forma para difundir o promover la visita a estos museos. Cerca del 50% tanto en visitantes nacionales como extranjeros dijeron haber obtenido la información por medio de otra persona. Superando medios como la página web del museo, Facebook, twitter, periódico o televisión. Asimismo, se determinó que no existen diferencias significativas con relación a la cantidad de fuentes consultadas entre ambos visitantes.

Por otro lado, se indagó con quién se realizaba la visita, al respecto llama la atención que un alto porcentaje de extranjeros realiza la visita solo (26.7%), mientras que en los nacionales baja al 10%. En esta misma pregunta, sobresale nuevamente que una fracción importante de los visitantes gustan de realizar su visita como parte de una actividad familiar, un 47.5% en el caso de los nacionales y un 34.3% de los foráneos. Quizás por esta razón las recomendaciones y sugerencias expresadas por los visitantes apuntan a la inclusión de actividades lúdicas, interactivas y educativas dirigidas a la población de personas menores de edad.

Respecto a las exhibiciones (permanentes y temporales), a pesar de la diversidad que presenta el Museo, la mayoría de visitantes no van a ver una exhibición en particular, sino que realizan visitas generales, es decir, que se ve motivada por el hecho de ir a descubrir lo que el museo alberga. Respecto a las exhibiciones tanto permanentes como temporales (Museo de Numismática, arquitectura en la numismática costarricense, monedas del mundo antiguo, museo de oro precolombino y felinos en la arqueología de Costa Rica), todas fueron altamente valoradas, pero la más apreciada corresponde a la exhibición permanente de oro precolombino, la cual incluso hace que las personas reconozcan al Museo como el Museo de Oro y no como los Museos del Banco Central, el nivel de agrado de esta exhibición es igual de alta tanto para el público nacional como el extranjero, convirtiéndola en su mayor atractivo museístico.

En términos generales el nivel de satisfacción de la visita realizada al museo no difiere estadísticamente entre población nacional y extranjera (en una escala de 1 a 5, los promedios fueron de 4.44 y 4.32, respectivamente). Respecto a la realización de otras actividades culturales (actividad física, asistencia a eventos deportivos, cine, teatro, lectura recreativa y conciertos) por parte del público visitante, se puede apreciar en el gráfico siguiente, que el público consultado realiza alguna frecuencia las diversas actividades, siendo la más importante la lectura recreativa para ambas poblaciones, y la menos, la asistencia a eventos deportivos.

Gráfico 2
Museos del Banco Central
Promedios de realización de actividades culturales,
deportivas y recreativas. 2012



Fuente: Elaboración propia.

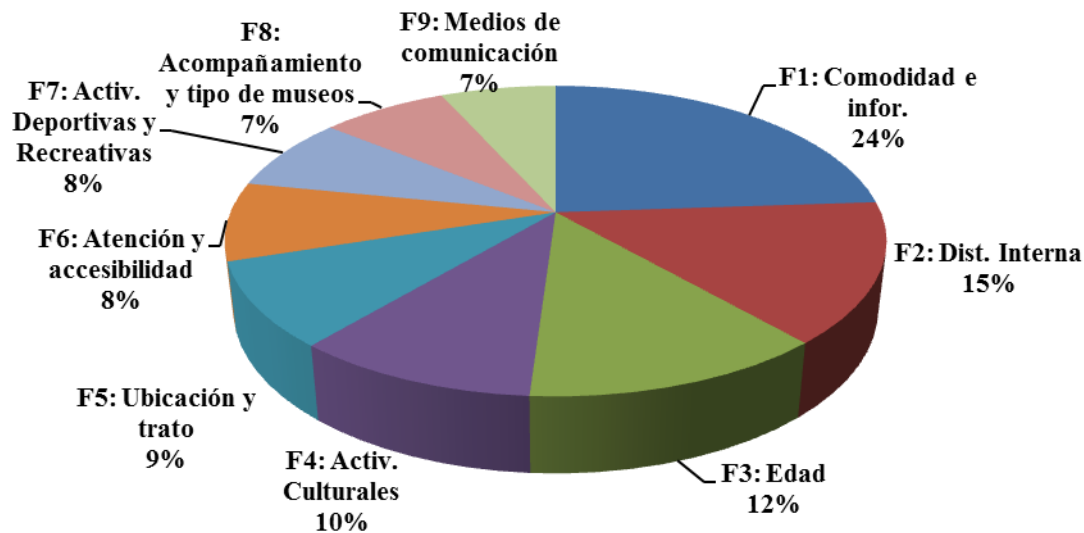
En las percepciones sobre el museo recogidas respecto a elementos tales como la ubicación del museo, la distribución interna, el diseño de las exhibiciones, la iluminación interna, la información de las cédulas, la accesibilidad en términos de infraestructura, la atención del personal, el acceso y aseo de los servicios sanitarios, en general el museo fue valorado positivamente. Los elementos más bajos fueron tres: la rotulación externa del museo (21%), ya que la gente indicó tener dificultad para encontrarlo; la temperatura (11%), sobre la cual indicaban que se encontraba muy frío; y el precio de la entrada, en el caso de los extranjeros (9%). Además, a esta población se les consultó en qué momento tomaron la decisión de visitar al museo, al respecto el 71% tomó la decisión estando en Costa Rica. Eso explica porque la recomendación personal es la fuente de información predominante, lo cual podría indicar que corresponde a una visita casuística.

Con el objetivo de detectar las dimensiones subyacentes que se midieron con el instrumento y establecer las dimensiones que se encuentran asociadas a la visitación, se aplicó un análisis de factores y posteriormente, el análisis del discriminante lineal.

El análisis de factores aplicado a 24 variables produjo 9 dimensiones o factores que explican el 62% de la variabilidad total. Las dimensiones por orden de importancia son:

Factor 1 (14.9%): relacionado con las percepciones respecto a la información y a la comodidad. Factor 2 (9%): relacionado con las percepciones de la distribución interna y el diseño de las salas. Factor 3 (7.8%): relacionado principalmente con la edad. Factor 4 (6.3%): asociado con actividades culturales como la lectura recreativa y la asistencia al teatro. Factor 5 (5.5%): vinculado con la percepción de la facilidad de ubicar el museo y el trato del personal de seguridad. Factor 6 (5%): asociado con la percepción de la atención del personal de la boletería y accesibilidad en términos de infraestructura. Factor 7 (4.8%): relacionado con la realización de actividades deportivas y recreativas. Factor 8 (4.6%): relacionado con el tipo de acompañamiento con quien se realiza la visita y tipos de museos que le gusta visitar. Factor 9 (4.2%): relacionada con la cantidad de medios por los cuales obtuvo información del museo. Al sumar los factores que se relacionan con las percepciones se encontró que estos explican el 42% de la variabilidad total del sistema.

Gráfico 3
Museos del Banco Central de Costa Rica
Distribución de los factores que conforman los perfiles del visitante.
2012.



Fuente:

Elaboración propia.

Al comparar las nueve dimensiones o factores entre nacionales y extranjeros se determinó que los siguientes factores difieren significativamente: el factor 1, relacionado con las percepciones sobre la información y la comodidad ($P=0.002$). Donde la población extranjera estuvo menos conforme con el precio de la entrada y la temperatura de las salas; factor 2 relacionado con las percepciones sobre la distribución interna y el diseño de las salas ($P=0.02$). En este factor los extranjeros estaban menos conformes con el uso del espacio interno del museo; factor 4 asociado con actividades culturales ($P=0.001$). La población extranjera realiza más lectura recreativa y asiste más al teatro; factor 5 vinculado con la percepción de la facilidad de ubicar el museo y el trato del personal de seguridad ($P=0.001$), los extranjeros son los que manifestaron una percepción menos favorable sobre la rotulación externa del museo; y el factor 6 asociado con la percepción de la atención del personal de la boletería y accesibilidad en términos de infraestructura ($P=0.02$). La población extranjera es la que manifestó una opinión más favorable.

El análisis del discriminante lineal arrojó que los factores que se encuentran asociados a la visitación son el factor 2 referido a las percepciones de la distribución interna y el diseño de las salas en ambas poblaciones y el factor cuatro asociado con actividades culturales como la lectura recreativa y la asistencia al teatro solo para la población costarricense. Llama la atención que la visita está asociado a valores inversos de la distribución interna, es decir, que las personas que manifestaron ir a otro museo en el último año mostraron una opinión menos favorable respecto a la distribución interna y diseño de las salas que las personas que indicaron no visitar un museo en ese mismo lapso. Pareciera que el asistir activamente a museos genera un visitante más exigente, en tanto que podría acumular capital cultural. Lo contrario ocurre con el factor cuatro ya que las personas que indicaron visitar museos en el último año realizan más actividades culturales que las que manifestaron no visitar. Con el análisis de discriminante lineal se puede clasificar, en términos de haber asistido o no a un museo, correctamente al 85% de los nacionales y casi el 72% en los extranjeros.

Lo que se logró comprobar en términos de las formas de capital cultural que permiten explicar el perfil del visitante, pareciera coincidir con las opiniones subjetivas que posee el mismo visitante. Ya que ante la pregunta cómo describiría a una persona que visita museos, casi la mitad de la población consultada

manifestó que son personas educadas, es decir personas poseedoras de un alto capital cultural, ya que las ubicaron en categorías como culta-educada o inteligente-intelectual. En este sentido, se podría confirmar que el capital cultural puede funcionar como recurso, desigualmente distribuido, predispuesto a expresar y a legitimar la apropiación de ciertos capitales que permiten la acumulación y legitimación de ciertas poblaciones o sectores de la sociedad.

Conclusiones

Se puede concluir que el público visitante de los Museos del Banco Central corresponde a un sector de población más instruido y educado (capital cultural institucionalizado), creando y reproduciendo las condiciones de ese grupo (capital cultural objetivado), que visita el museo en tanto previamente obtuvo elementos culturales y simbólicos para su disfrute y comprensión (capital cultural incorporado). En términos concretos y resumidos se perfila de la siguiente manera:

- La población visitante es relativamente joven, de 15 a los 34 años en nacionales y de 17 a 44 en extranjeros; motivo por el cual también se determinó que la mitad de la población son solteros/as.
- Poseen un alto nivel educativo, por lo que un porcentaje alto también indica laborar. Además, encontramos profesionales de muy diferentes áreas, aunque sobresalen las áreas de administración y educación (poseen capitales culturales altos).
- Son visitantes activos de museos. Además, realizan o asisten a actividades deportivas y culturales con frecuencia, sobresaliendo la lectura recreativa y la asistencia al teatro (capital cultural alto).
- La mayoría de los extranjeros decidieron visitar el museo cuando ya se encontraban dentro del país, por lo que el motivo principal, es conocer y hacer turismo. Esto significa que no visitan el museo por una exhibición en particular, sino más bien una visita general.
- La mayoría de las y los visitantes realizan la visita con compañía. Y en los extranjeros un porcentaje importante lo realiza sin compañía.
- Poseen una opinión muy positiva sobre la calidad de las exposiciones y el servicio que se les brinda. Asimismo manifiestan un alto grado de satisfacción una vez realizada la visita.
- La visitación se encuentra relacionada con la experiencia o el manejo que se tiene de los espacios museísticos (capital cultural) y el momento en que se visitó un museo por primera vez.
- La principal forma o medio de comunicación donde se obtiene información y referencias del museo proviene de otra persona o de recomendación personal.
- Los visitantes se autovaloran como personas cultas e inteligentes.

Es importante mencionar que este perfil permite mostrar la necesidad de los Museos de mantener actualizada su oferta para mantener la demanda, es decir, la visitación y frecuentación, principalmente si se contextualiza en las sociedades actuales donde pareciera haber una alta competitividad en la oferta de actividades que disponen las personas para emplear el tiempo libre, recreación y de ocio.

Del estudio resaltan dos posibles líneas de investigación, una que indica la necesidad de estudiar el público visitante de los museos, en diferentes épocas del año a fin de contrastar los resultados en diferentes momentos. Y segundo, se muestra la necesidad de hacer estudios con muestras que incorporen a la población general y no solo al visitante del museo, a fin de conocer sus características.

Bibliografía

Ariño, Antonio (2003) *Sociología de la Cultura*. En Giner, Salvador (coord) (2003) *Teoría sociológica moderna*. Barcelona: Editorial Ariel.

Banco Central de Costa Rica (2013) Extraído en el mes de junio del 2013, de <http://www.bccr.fi.cr/>.

Ballart, Josep y Juan, Jordi (2001) *Gestión del patrimonio cultural*. España: Editorial Ariel, S.A.

Berger, Peter y Luckmann, Thomas (1984) *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Editores.

Bourdieu, Pierre y Darbel, Alain (2003) *El amor al arte. Los museos europeos y su público*. España: Ediciones Piados Ibérica S.A

Bourdieu, Pierre (1988) *Cosas dichas*. México: Grimaldo.

Bourdieu, Pierre (1991) *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.

Bourdieu, Pierre (2000) *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba.

Del Pilar, María (1997) *Los museos costarricenses. Trayectoria y situación actual*. Costa Rica: Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes.

J.J Sánchez de Horcajo, C. Abió, A. Álvarez, J.M Arraztoa, A.I Corchado () *Sociología del arte. Los museos madrileños y su público*. España: Ediciones Libertarias/Prodhufi, S.A.

Mora, Iván (2013) *Reseña histórica de los Museos del Banco Central*. Heredia, Costa Rica: Proyecto Evaluación Interdisciplinar de Museos Nacionales, Programa Patrimonio, Desarrollo y Sociedad, Universidad Nacional. Manuscrito no publicado.

Museos del Banco Central (2013) Extraído en el mes de junio del 2013, de <http://www.museosdelbancocentral.org/esp/>.

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.