

VALORACIÓN CRÍTICA DE LOS TEXTOS EN MUSEOS Y EXPOSICIONES: La Galería de las Colecciones Reales como caso de estudio.

A Critical Assessment of Texts in Museums and Exhibitions: The Gallery of The Royal Collections as a Case Study.

Alicia Delgado Ruiz*

Fecha de del Tribunal Fin de Máster: 28.05.2026

Tutora: Eloísa Pérez Santos

Palabras clave

Textos en museos; Cartelas; Legibilidad; Accesibilidad; Estudio de públicos.

Keywords

Texts in museums; Labels; Readability; Accessibility; Audience Study.

Resumen

Este Trabajo Fin de Máster analiza los textos expositivos de la Galería de las Colecciones Reales desde la perspectiva de la comunicación museística, la mediación cultural y la accesibilidad. El estudio parte de la idea de que los textos de sala, paneles y cartelas no son únicamente herramientas informativas, sino dispositivos fundamentales en la construcción de significados, en la interpretación del patrimonio y en la configuración de la experiencia de visita. En un contexto museístico contemporáneo caracterizado por la diversidad de públicos y por la necesidad de generar experiencias accesibles e inclusivas, el análisis de los textos expositivos adquiere una especial relevancia.

El objetivo principal del trabajo ha sido evaluar la eficacia comunicativa de los textos presentes en la Galería, atendiendo tanto a sus características formales y discursivas como a su capacidad para favorecer la comprensión, la atención y la conexión del visitante con las obras y el discurso expositivo. A partir de este objetivo general, el estudio se ha planteado varios objetivos específicos: identificar las principales tipologías de textos presentes en la exposición; analizar su contenido, diseño y accesibilidad; estudiar el modo en que los visitantes interactúan con ellos; detectar posibles dificultades de lectura y comprensión; y, finalmente, elaborar una serie de recomendaciones y propuestas de mejora basadas tanto en la revisión bibliográfica como en los resultados obtenidos durante el trabajo de campo.

Para ello, la investigación se ha estructurado en dos grandes bloques complementarios: un marco teórico y un trabajo de campo desarrollado en las salas de la Galería.

* Alicia Delgado Ruiz es alumna del Máster El Patrimonio Cultural en el Siglo XXI: Gestión e Investigación. alidelga@ucm.es

El marco teórico se centra en el estudio de los textos expositivos dentro del ámbito museístico y reúne aportaciones procedentes de la museología, la comunicación, la lingüística, la psicología cognitiva y los estudios de públicos. En primer lugar, se aborda la cuestión de las tipologías textuales en museos, analizando cómo distintos autores han clasificado los textos según criterios relacionados con su función, ubicación, formato, relación comunicativa o nivel de interacción con el visitante. Se revisan las propuestas de autores y autoras considerados clásicos, así como las publicaciones más recientes. Aunque existe un consenso general al reconocer los textos como elementos activos de mediación capaces de influir en la construcción de significados y en la relación entre museo y público.

Posteriormente, el trabajo profundiza en los procesos de lectura y atención dentro del espacio museístico. Desde la psicología cognitiva y los estudios sobre legibilidad, se estudian factores perceptivos y mentales implicados en la lectura en sala, como los movimientos oculares, la visión periférica, la capacidad limitada de atención o la influencia de la motivación en la concentración. Estas aportaciones permiten comprender cómo el visitante lee en un contexto expositivo, donde la atención se reparte entre múltiples estímulos y donde el tiempo de lectura suele ser reducido. Asimismo, se revisan investigaciones sobre comportamiento de públicos y hábitos de lectura en museos, destacando cuestiones como la tendencia a evitar textos demasiado extensos o complejos y la necesidad de presentar contenidos breves, claros y estructurados.

A continuación, el marco teórico analiza cómo deberían ser los textos expositivos desde dos grandes dimensiones: por un lado, contenido textual, y por el otro lado, formato y diseño. En relación con el contenido, se estudian propuestas que defienden el uso de un lenguaje claro, narrativo y divulgativo, capaz de generar conexiones emocionales e intelectuales con el visitante. Se revisan también modelos que proponen introducir preguntas, relatos o recursos interpretativos que fomenten una participación más activa del lector. Desde la dimensión formal, se examinan recomendaciones sobre extensión, tipografía, jerarquización visual, contraste o disposición espacial de los textos, prestando especial atención a la relación entre legibilidad y diseño. Finalmente, la accesibilidad se aborda desde una perspectiva amplia que incluye tanto aspectos físicos y espaciales como cognitivos y lingüísticos, incorporando cuestiones relacionadas con la lectura fácil, la traducción de textos y el diseño de cartelas bilingües.

Todo este recorrido bibliográfico permitió construir una sistematización de criterios y buenas prácticas que sirvió como base metodológica para el análisis posterior de los textos de la Galería.

La segunda gran parte del trabajo corresponde al trabajo de campo desarrollado en la Galería de las Colecciones Reales. La metodología empleada combinó herramientas cualitativas y cuantitativas con el objetivo de obtener una visión amplia y detallada del sistema textual de la exposición.

En una primera fase, se realizaron visitas exploratorias y observaciones generales en sala que permitieron familiarizarse con el espacio museográfico, el recorrido expositivo y los distintos tipos de textos presentes en la exposición. A partir de esta primera aproximación, se procedió a clasificar y categorizar los textos y cartelas según su función y características formales.

Posteriormente, se diseñó una ficha de análisis específica para evaluar los textos expositivos de la Galería. Esta herramienta se elaboró a partir de los criterios identificados en la revisión bibliográfica y permitió analizar aspectos relacionados con la legibilidad, el contenido narrativo, la estructura textual, la accesibilidad cognitiva y el diseño formal. Entre otros elementos, la ficha evaluaba cuestiones como la longitud de los textos, la complejidad sintáctica, el uso de tecnicismos, la presencia de narrativas completas, el tipo de voz utilizada, la conexión emocional e intelectual con el visitante, el tamaño tipográfico o la organización visual de la información.

La ficha fue aplicada a una selección amplia y representativa de textos generales y cartelas ampliadas distribuidas a lo largo del recorrido de Austrias y Borbones. Paralelamente, se desarrollaron observaciones directas en sala para estudiar cómo interactuaban los visitantes con los textos: cuánto tiempo dedicaban a leerlos, qué tipologías consultaban con mayor frecuencia o qué dificultades parecían experimentar durante la lectura.

El trabajo de campo se complementó con entrevistas y encuestas post-visita realizadas a públicos de la Galería. A través de estos cuestionarios se recogieron percepciones de los visitantes sobre aspectos como la legibilidad, el tamaño de la letra, la ubicación de las cartelas, la iluminación, la complejidad del lenguaje o la extensión de los textos. Los resultados permitieron contrastar las observaciones y el análisis experto con la experiencia real de los públicos.

Además, se incorporó un análisis de legibilidad mediante la herramienta INFLESZ, utilizando índices como Flesch-Szigriszt y Fernández-Huerta para medir el grado de dificultad lectora de los textos. Los resultados mostraron que gran parte de los textos de la Galería presentan niveles de legibilidad situados entre “algo difícil” y “difícil”, especialmente en el caso de las cartelas ampliadas y algunos textos introductorios.

Los resultados generales del estudio evidencian que, aunque los textos de la Galería cumplen adecuadamente su función informativa y presentan ciertos aciertos formales, existen importantes márgenes de mejora relacionados con la densidad de información, la complejidad sintáctica, la falta de jerarquización visual y la limitada capacidad de algunos textos para conectar emocionalmente con los visitantes. Las cartelas ampliadas fueron identificadas como el elemento más problemático del sistema textual, debido a su extensión excesiva, baja legibilidad y escasa segmentación.

A partir de estos hallazgos, el trabajo concluye proponiendo una serie de recomendaciones orientadas a mejorar la eficacia comunicativa de los textos. Entre ellas destacan la necesidad de adoptar un enfoque más narrativo y divulgativo, reducir la longitud de los textos, simplificar el lenguaje, reforzar la jerarquización visual, mejorar la accesibilidad y diseñar contenidos más adaptados a los hábitos reales de lectura en museos.

En definitiva, este TFM pone de relieve la importancia de concebir los textos expositivos como elementos centrales de la experiencia museística contemporánea, capaces no solo de transmitir información, sino también de facilitar la comprensión, estimular la reflexión y generar vínculos significativos entre el patrimonio y sus públicos.

Short Version

This Master's Thesis analyzes the exhibition texts of the Galería de las Colecciones Reales (Gallery of the Royal Collections) from the perspective of museum communication, cultural mediation, and accessibility. The study is based on the idea that gallery texts, panels, and labels are not merely informational tools, but fundamental devices in the construction of meaning, the interpretation of heritage, and the configuration of the visitor experience. In the context of contemporary museums, characterized by increasingly diverse audiences and the growing need to create accessible and inclusive experiences, the study of exhibition texts becomes especially relevant.

The main objective of this research has been to evaluate the communicative effectiveness of the texts displayed throughout the Gallery, considering both their formal and discursive characteristics and their ability to foster understanding, attention, and connections between visitors and the exhibited objects and narratives. From this general objective, several specific aims were established: identifying the main types of exhibition texts present in the Gallery; analyzing their content, design, and accessibility; studying how visitors interact with them; detecting possible reading and comprehension difficulties; and finally, proposing a set of recommendations and improvements based on both the literature review and the fieldwork findings.

To achieve these goals, the research was structured into two complementary sections: a theoretical framework and a fieldwork study conducted in the Gallery itself.

The theoretical framework focuses on exhibition texts within the museum context and brings together contributions from museology, communication studies, linguistics, cognitive psychology, and visitor studies. First, the thesis addresses the issue of textual typologies in museums, examining how different authors classify texts according to criteria such as function, location, format, communicative relationship, or level of interaction with visitors. Particular attention is paid to the work of authors who understand museum texts as active

mediation tools capable of shaping meanings and influencing the relationship between museums and audiences.

The study then explores the processes of reading and attention in museum environments. Drawing on cognitive psychology and readability studies, it examines perceptual and mental factors involved in reading exhibition texts, such as eye movements, peripheral vision, limited attention span, and the influence of motivation on concentration. These approaches help explain how visitors read in exhibition contexts, where attention is divided among multiple stimuli and reading time is usually limited. Research on visitor behavior and reading habits in museums is also reviewed, highlighting tendencies such as avoiding overly long or complex texts and the importance of presenting concise, clear, and well-structured information.

The theoretical framework also examines how exhibition texts should be designed from three major dimensions: textual content, format and design, and accessibility. Regarding content, the thesis reviews approaches advocating for clear, narrative, and accessible language capable of creating emotional and intellectual connections with visitors. It also explores models that incorporate questions, storytelling, and interpretative strategies to encourage more active visitor engagement. From the perspective of design, recommendations concerning text length, typography, visual hierarchy, contrast, and spatial arrangement are analyzed, with particular attention paid to the relationship between readability and exhibition design. Finally, accessibility is approached from a broad perspective that includes physical, spatial, cognitive, and linguistic dimensions, incorporating issues related to easy-to-read texts, translation, and the design of bilingual labels.

This theoretical review made it possible to develop a systematized set of criteria and best practices that later served as the methodological basis for the analysis of the Gallery's texts.

The second major section of the thesis consists of fieldwork carried out in the Galería de las Colecciones Reales. The methodology combined qualitative and quantitative tools in order to obtain a broad and detailed understanding of the exhibition's textual system.

In the first phase, exploratory visits and general observations were conducted to become familiar with the museum space, the exhibition layout, and the different types of texts displayed throughout the galleries. Based on this initial approach, all exhibition texts and labels were classified and categorized according to their function and formal characteristics.

Subsequently, a specific analytical framework was designed to evaluate the exhibition texts. This tool was developed from the criteria identified in the literature review and enabled the analysis of aspects related to readability, narrative content, textual structure, cognitive accessibility, and formal design. Among other elements, the framework evaluated text length, syntactic complexity, use of technical terminology, presence of complete narratives,

narrative voice, emotional and intellectual engagement with visitors, typography size, and visual organization of information.

The analytical framework was applied to a broad and representative selection of introductory texts and extended labels distributed throughout the Habsburg and Bourbon sections of the Gallery. At the same time, direct observations were carried out to study how visitors interacted with the texts: how much time they spent reading them, which types of labels attracted the most attention, and what difficulties they appeared to experience during reading.

The fieldwork was complemented by post-visit interviews and surveys conducted with visitors. Through these questionnaires, information was gathered about visitors' perceptions regarding readability, font size, label placement, lighting conditions, language complexity, and text length. These results made it possible to compare expert analysis and direct observations with the actual experiences of museum audiences.

Additionally, a readability analysis was conducted using the INFLESZ tool, applying indices such as Flesch-Szigriszt and Fernández-Huerta to measure the reading difficulty of the texts. The results showed that a significant proportion of the Gallery's texts fall within the "somewhat difficult" to "difficult" readability range, particularly in the case of extended labels and some introductory panels.

Overall, the study reveals that although the Gallery's texts generally fulfill their informational function and demonstrate several positive formal qualities, there remains considerable room for improvement regarding information density, syntactic complexity, visual hierarchy, and the ability of certain texts to establish emotional connections with visitors. Extended labels were identified as the most problematic element of the textual system due to their excessive length, low readability, and lack of segmentation.

Based on these findings, the thesis concludes by proposing a series of recommendations aimed at improving the communicative effectiveness of exhibition texts. These include adopting a more narrative and accessible approach, reducing text length, simplifying language, reinforcing visual hierarchy, improving accessibility, and designing content more closely aligned with actual museum reading behaviors.

Ultimately, this thesis highlights the importance of understanding exhibition texts as central components of the contemporary museum experience, capable not only of transmitting information, but also of facilitating understanding, encouraging reflection, and creating meaningful connections between heritage and audiences.

Referencias

- Acosta Carbonero, I. (2012). La importancia de los textos expositivos. *I Magazine* 72. p. 10-11.
- Ariño, A. (2010). *Prácticas culturales en España. De los años sesenta a la actualidad*. Ediciones Ariel.
- Arriaga, A., & Aguirre, I. (2020). Museum-universito collaboration to renew mediation in art and historical heritage. The case of the Museo de Navarra. *Arte, Individuo y Sociedad*, 32(4), 989–1008. <https://doi.org/10.5209/ARIS.66295>
- Asociación Hispania Nostra, & Fundación ACS. (2024). *Más de una década de buenas prácticas en patrimonio cultural y natural*. Disponible en: <https://fundacionacs.com/descarga/mas-de-una-decada-de-buenas-practicas.pdf>
- Ayres Janeiro, Juan. (2024). Divulgar y valorar el patrimonio. En *Más de una década de buenas prácticas en patrimonio cultural y natural*, p. 109-115.
- Barrio Cantalejo, I. M. (2007). *Legibilidad y salud. los métodos de medición de la legibilidad y su aplicación al diseño de folletos educativos sobre salud*.
- Bartlett, S. (2016). *The Hemingway Effect*.
Disponible en: <http://archive.wired.com/wired/archive/14.11/sixwords.html>;
- Beaugrande, R. D. y Wolfgang, D. (1997). *Introducción a la lingüística del texto*. Ariel.
- Bennett, M. J. (1998). Intercultural communication: A current perspective. En Milton J. Bennett (Ed.), *Basic concepts of intercultural communication: Selected readings* (p. 1-20). Intercultural Press.
- Bitgood, S. (1991). The ABCs of Label Design. *Jacksonville State University*, 3(1), p. 115–129.
- Bitgood, S. (2000). The Role of Attention in Designing Effective Interpretive labels. *Journal of Interpretation Research*, 5(2), p. 31–45.
<https://doi.org/10.1177/109258720000500205>
- Brybaert, M. (2019). How many words do we read per minute? A review and meta-analysis of Reading rate. *Journal of Memory and Language*, 109. p. 1-30.
Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0749596X19300786/pdf?md5=69826c197e00c9fb02130134be0813b8&pid=1-s2.0-S0749596X19300786-main.pdf>

- Bossert, C. (2016). *Labels Unleashed Breaking the Tyranny of Information*. Disponible en: <https://www.techopedia.com/definition/1450/conversion-rate>.
- Blais, A. (1995). *The Reading Process*.
- British Museum. (2022). *Practical guidelines Writing text for galleries and exhibitions at the British Museum*.
- Castro, E. (2018). “Vuestras cartelas me hacen sentir estúpido”: un textículo sobre la relación entre las palabras y las imágenes en el arte contemporáneo. En *Ética, estética y política. Ensayos (y errores) de un metaindignado* (p. 42-52). Arpa Editores.
- Champ, C. (2016). *Best Practices in Bilingual Exhibition Text. Lessons from a Bilingual museum*.
- Cuenca Amigo, M. (2014). La democratización cultural como antecedente del desarrollo de audiencias culturales. *Quaderns D'animació*, 19(1). ISSN: 1698-4404.
- Coxall, H. (1990). Museum text as mediated message. *Women, Heritage and Museums (WHAM)*, 14. p.15-21.
- Donnat, O. (2000). La mesure de la démocratisation: un débat difficile. Présentation. En *Les publics des équipements culturels. Méthodes et résultats d'enquêtes* (p. 18-20). Les Travaux Du Dep. Disponible en: https://www.culture.gouv.fr/content/download/74629/file/TdD27_Publics_PartieI_Mesure%20de%20la%20d%C3%A9mocratisation.pdf?inLanguage=fre-FR
- Easterbrook, J. A. (1959). The effect of emotion on cue utilization and organization of behavior. *Psychological Review*, 66. p. 183-201.
- España-Pérez, S. (2023). Rasgos esenciales de la cartela de museos e implicaciones para su traducción. *Transletters. International Journal of Translation and Interpreting*, 2(7), 45–63. <https://doi.org/10.21071/tlijti.v2i7.16339>
- España-Pérez, S. (2024). *El lenguaje claro en el museo como modalidad de traducción intralingüística. Clasificación de géneros y estudio de corpus de cartelas de museos andaluces*. (Tesis doctoral, Universidad Pablo de Olavide). Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=5138209>.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2016). *The museum experience*. Routledge.
- Falk, J. H. (2011). *Reconceptualizing the Museum Visitor Experience Who visits, why and to what affect?*

- Filipovic, J. (2013). Perspectivas de género en el discurso escolar y educativo en España y en Serbia. *Colindancias: Revista de la Red de Hispanistas de Europa Central*, 4. p. 225-234. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5249337>
- García Martín, J. M. (2023). Análisis de la legibilidad de la información escrita aportada por los museos etnográficos del Principado de Asturias. *Hermus. Heritage & Museography. Patrimonio Literario, Educación y Turismo*, 24. p. 156-177. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9270140&info=resumen&idioma=ENG>
- Geertz, C. (1983). *Conocimiento local*. Barcelona: Paidós (1994).
- Gilabert González, L. M. (2011). *La gestión de museos: Análisis de las políticas museísticas en la península ibérica* (Tesis doctoral, Universidad de Murcia). Disponible en: [https://fseneca.es/cms/sites/default/files/Luz%20%20Mar%C3%ADa%20Gilabert%20Gonz%C3%A1lez%20\(tesis\)Bloqueado.pdf](https://fseneca.es/cms/sites/default/files/Luz%20%20Mar%C3%ADa%20Gilabert%20Gonz%C3%A1lez%20(tesis)Bloqueado.pdf)
- Gröne, O. (2009). *Inventario de instrumentos para medir la legibilidad de un texto*. Xarxa Catalana d'Hospitals Promotors de la Salut.
- Gutwill, J. P. (2006). Labels for open-ended Exhibits: Using Questions and Suggestions to Motivate Physical Activity. *Visitor Studies Today*, 9(1).
- Hernández Hernández, F. (1998). *El museo como espacio de comunicación*. Ediciones Trea.
- Hernández Hernández, F. (2006). *Planteamientos teóricos de la museología*. Ediciones Trea.
- Hooper-Greenhill, E. (1992). *Museums and the shaping of knowledge*. Routledge.
- Hughes, S. (2007). Book Reviews. *Museum and Society*, 5(1). p. 61-62.
- Jacobi, D., & Coppey, O. (1995). Introduction: Musée et éducation, au-delà du consensus... *Public et Musées*, 7.
- Johson, W. A., & Dark, V. J. (1986). Selective attention, *Annual review of psychology*, 37. p. 43-75.
- Leiva Rojo, J. (2020). *La traducción de textos museísticos (inglés-español) como herramienta para la mediación lingüística y cultural*. Universidad de Málaga.

- Liao, M. H. (2018). *Translating multimodal texts in space: A case study of St Mungo Museum of Religious Life and Art*. Heriot-Watt University.
- Lorente, J. P. (2012). *Manual de historia de la museología*. Ediciones Trea.
- Mambrol, N. (2016, 20 de marzo). *Structuralism*. Literariness. Disponible en: <https://literariness.org/2016/03/20/structuralism/amp/> (Última consulta 31.03.2026).
- Manfredi, M. (2021). Professional Museum Translators for Promoting Multilingualism and Accessible Texts: Translation Practices in Some Italian Museums and a Proposal. *Journal of Translation Studies*, 1. p. 59-86. Disponible en: <https://doi.org/10.3726/JTS012021.5>
- McClusky, P. Z. (2011). Why is this here? Art Museum Texts as Ethical Guides. En *The Routledge Companion to Museum Ethics*. Routledge.
- McKay, D. (2011). Translating labels for museum exhibitions. *The ATA Chronicle*, 40(8), 14-19.
- McManus, P. M. (1989). Oh, yes, they do: How museum visitors read labels and interact with exhibit texts. *Curator the Museum Journal*, 32(3). p. 174-189.
- Ministerio de Cultura. (2025). *Plan de Derechos Culturales 2025-2030*. Gobierno de España. Disponible en: <https://planderechosculturales.cultura.gob.es/dam/jcr:6724d89c-cb41-49d8-bb15-15dbb7c268f9/dgdc-esp.pdf>
- Mitchell, M. (2025). *Looking at Labels, Examining Values: Knowledge, Narrative, and Multilingualism in American Art Museums*. <https://digitalcommons.risd.edu/masterstheses/1527/>
- Screven, C. G. (1992). Motivating Visitors to Read Labels. *ILVS Review* 2, 2(2). p. 183-211.
- Serrell, B. (1996). *Exhibit Labels: An Interpretive Approach*. AltaMira Press.
- Serrell, B. (2015). *Exhibit Labels: An Interpretive Approach*, Segunda Edición. Rowman & Littlefield Publishing.
- Smith, F. (1978). *Understanding reading*. Holt, Rinehart and Winston.
- Smith, L. (2006). *The Uses of Heritage*. Routledge.
- Strachan, H. (2017). *Developing effective museum text: A case study from Caithness, Scotland*. <https://repository.rit.edu/theses/9712/>

- Rand, J. (2016). *Less is More. And More is Less*. <http://www>.
- Ravelli, L. (2006). *Museum texts: Communication frameworks*. London: Routledge.
- Reguera, A., & España-Pérez, S. (2024). Museum Text Genres: A Classification Proposal. *The International Journal of the Inclusive Museum*, 17(2), 103-130. <https://doi.org/10.18848/1835-2014/CGP/v17i02/103-130>
- Ripoll Salceda, J. C., Tapia Montesinos, M. M., & Aguado Alonso, G. (2020). Velocidad lectora en alumnado hispanohablante: un metaanálisis. *Revista de Psicodidáctica*, 25(2), p. 158-165.
- Rojas, J. A. (2016). El diseño multimedia como herramienta de divulgación de la ciencia en el Museo Interactivo de Economía. FAD-UNAM.
- Packer, J. (2008). Beyond Learning: Exploring Visitors' Perceptions of the Value and Benefits of Museum Experiences. *Curator: The Museum Journal*, 51(1), 33–54. <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.2008.tb00293.x>
- Palomar Elvira, S. (2018). TRABAJO DE FIN DE MÁSTER. *El museo de las Colecciones Reales; una propuesta renovadora de Patrimonio Nacional*.
- Pigallet, P. (1985). *L'art de lire. Principes et méthodes: séminaire de Philippe Pigallet*. Librairies Techniques.
- Tejeda Martín, I. (2011). La copia y el dispositivo documental. Recursos didácticos ante la cosificación del arte contemporáneo por parte de la museología modernista. *Educación artística: revista de investigación (EARI)*, 2. p. 196-198. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4369501>
- Tilden, F. (1957). *Interpreting our Heritage*. The University of North Carolina Press.
- Tröndle, M., & Kirchberg, V. (2012). Experiencing Exhibitions: A Review of Studies on Visitor Experiences in Museums. *Curator The Museum Journal*, 55(4), 435–452.
- Pérez Santos, E. (2018). Buenas prácticas en la investigación del público en museos. *Publicaciones Digitales ENCRyM*, 3, 26–55. <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/digitales/article/view/13012>
- Kahneman, D. (1973). *Attention and effort*. Prentice-Hall.
- King, E., Smith, M. P., Wilson, P. F., Stott, J., & Williams, M. A. (2022). Creating Meaningful Museums: A Model for Museum Exhibition User Experience. *Visitor Studies*, 26(1), 59–81. <https://doi.org/10.1080/10645578.2022.2129944>

UNESCO. (2005). *Basic texts of the 2005 Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*. Disponible aquí:

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000388847#:~:text=Principle%20of%20sustainable%20development%20Cultural,it%20is%20understood%20that:%201>

Urrútia, G. & Bonfill, X. (2010). Declaración PRISMA: una propuesta para mejorar la publicación de revisiones sistemáticas y metaanálisis. *Medicina Clínica*, 135(11). p. 507-511.

Zallo, E. & Aranes, J. I. (1995). Industrias y políticas culturales en España y País Vasco. Servicio Editorial, Universidad del País Vasco.

Zepeda, N. (2016). *Textos museográficos. Comunicación y aprendizaje*.

Zepeda, N. (2023). *Textos de museos*. Disponible en:
https://bit.ly/textos_de_museos_cuaderno