

“Las visitas de grupos intergeneracionales en el Museo Nacional de Antropología: Estudio de público para un nuevo programa expositivo”

The Visits of Intergenerational Groups at the National Museum of Anthropology: Audience Study for a New Exhibition Program

José Alberto Fernández Teruel

Fecha de del Tribunal Fin de Máster: 13.06.2024

Tutor/a (s): Eloísa Pérez Santos y Alicia Castillo Mena

Palabras clave

Grupos intergeneracionales

Estudios de público

Museo Nacional de Antropología

Familias

Aprendizaje intergeneracional

Keywords

Intergenerational groups

Audience studies

National Museum of Anthropology

Families

Learning

Resumen

Este Trabajo Fin de Máster se centra en un aspecto crucial de la gestión de museos y del campo de la antropología cultural: la comprensión de los grupos intergeneracionales que visitan museos y de una manera más específica en el Museo Nacional de Antropología.

La gestión eficaz de los museos contemporáneos y el estudio de la antropología cultural se entrelazan en la comprensión de los grupos intergeneracionales que frecuentan espacios como el MNA. Este proyecto tiene como propósito profundizar en el análisis sobre cómo distintas cohortes de visitantes provenientes de variados contextos y edades interactúan con las exposiciones y programas del museo. Se busca por lo tanto comprender cómo estas interacciones impactan en la percepción que estos grupos tienen sobre la antropología y la cultura, debido a que los nuevos museos de antropología son espacios vivaces y conmovedores que trascienden las simples exhibiciones ofreciendo una experiencia enriquecedora, dinámica y emotiva, inmersos en estos estudios de caso, nos encontramos inmediatamente transportados a un mundo lleno de vida donde la importancia reside en la diversidad cultural. Aquí es

cuando los eventos pasados convergen con nuestro tiempo actual y nuestras historias antropológicas imaginan una perspectiva única sobre lo que significa ser humano.

Por lo tanto, este estudio se propuso la consecución de unos objetivos planteados al inicio del proyecto que servirían de hoja de ruta para ahondar en el conocimiento de la visita intergeneracional en los museos. Estos objetivos se llevaron a cabo mediante una metodología de trabajo dividida en varias etapas:

La primera etapa comienza basándose en el conocimiento obtenido durante el máster, justificando el interés y transcendencia del tema seleccionado, definiendo tanto el propósito u objetivos como el alcance del estudio, así como identificar el caso de estudio. De este modo, se desarrolla una revisión teórica de los estudios realizados sobre este tipo de visita en numerosos museos de todo el mundo y de España que respalda la finalidad del trabajo, estableciendo una dirección clara tanto en el manejo de los datos seleccionados como en los resultados esperados del proceso de investigación.

En segundo lugar, se realiza un acercamiento al MNA, caso de estudio a través de una búsqueda bibliográfica, búsquedas de información en la web, en el propio museo entrevistando al personal técnico, educativo y mediador y, por último, trabajo de campo con el objetivo de recoger datos cuantitativos y cualitativos de los problemas/dificultades de accesibilidad físicas y cognitivas que tienen los/as visitantes intergeneracionales en la actual exposición permanente del Museo Nacional de Antropología y las actividades intergeneracionales que se organizan en torno a ella, mediante procedimientos e instrumentos de evaluación como la valoración crítica de la exposición, encuestas, entrevistas y observaciones en sala.

En tercer y último lugar se llevó a cabo una codificación de todos estos datos, según la *“Guía para la evaluación de actividades para público intergeneracional en museos (EAPI)”* realizada por el Laboratorio Permanente de Público de Museos (LPPM, 2020). Todo este procedimiento se llevó a cabo con la finalidad de analizarlos y poder concluir con unas recomendaciones en base a los resultados obtenidos para el futuro cambio de imagen y renovación integral de las salas de exposición permanente del museo. Con el propósito de involucrar de manera efectiva a los grupos intergeneracionales, garantizándoles una experiencia satisfactoria como parte del proyecto participativo *“Estudio de público para el cambio de imagen y la renovación integral de las salas de exposición permanente del Museo Nacional de Antropología”*.

El compromiso con la diversidad cultural y el enriquecimiento del conocimiento por parte del MNA siempre se ha reflejado de manera significativa a lo largo de los años pero fue en el año 2014, coincidiendo con el cambio de dirección a la actual, cuando el MNA se ha propuesto una serie de objetivos, entre los que se encuentra la participación social y su potenciamiento en la construcción del museo y de sus contenidos mediante la creación de un programa específico de mejoras en la accesibilidad y de la apertura de nuevos canales de comunicación y participación con el público como método de transformación social. Desde el año 2014, el museo ha realizado pequeñas intervenciones en las salas de exposición, como mejora de cartelería, incorporación de distintas lecturas de los objetos a través de ejemplo de obras de arte, entre otras, pero en contraste con la innovación que generalmente poseen las exposiciones temporales del museo, la exposición permanente es una exposición estática, obsoleta y poco atractiva, orientada a ofrecer una visión simple pero global de las culturas de diferentes pueblos del mundo y organizada por

continentes las diferentes manifestaciones (viviendas, religión, vida doméstica, entre otros) se ordenan según un mismo patrón de contextos funcionales que se repite en cada sala.

Por ende, se ha observado que el museo necesita realizar intervenciones y coincidiendo que en 2025 el Museo Nacional de Antropología cumplirá 150 años de historia, se dispone a acometer una renovación integral de su identidad, objetivos, imagen y discurso, llegando hasta la culminación de esta nueva etapa que sería la renovación total de la exposición total.

A partir de los objetivos marcados por el proyecto participativo anteriormente mencionado se definen los objetivos de este TFM que a través de la fundamentación teórica y/o estudio de público responden a las siguientes cuestiones:

- ¿Qué sabemos acerca de las visitas de grupos intergeneracionales en museos?
- ¿Cuáles son las motivaciones de los grupos intergeneracionales para visitar un museo y los comportamientos de estos en ámbitos museísticos?
- ¿En qué consiste el aprendizaje intergeneracional, cómo aprenden los grupos intergeneracionales en los museos, qué papel desempeña cada individuo del grupo, creencias de los padres/madres sobre la enseñanza y aprendizaje en museos y cuáles son las dificultades para proporcionar un aprendizaje intergeneracional eficaz en entornos museísticos?
- ¿Qué características deben tener los programas expositivos para involucrar de manera efectiva a grupos intergeneracionales y garantizar una experiencia satisfactoria en el museo?
- ¿Cuáles son las recomendaciones clave para diseñar programas expositivos que fomenten la participación, el aprendizaje y la interacción entre generaciones en un entorno museístico?
- ¿Cómo influyen las visitas de grupos intergeneracionales en la comprensión y apreciación de las exposiciones del Museo Nacional de Antropología?

Tradicionalmente, los museos se centraban en la exposición de sus colecciones, relegando a un segundo plano la consideración de sus visitantes. Sin embargo, esta perspectiva ha cambiado con el paso del tiempo debido en gran medida por la transformación en la misión de los museos, que ahora se consideran agentes activos con voz propia (Pérez Santos, 2000; Puebla Antequera, 2012). Este crecimiento incipiente en el interés de comprender cómo los grupos intergeneracionales utilizan y aprenden en los museos, se está desarrollando desde finales del siglo XX, donde inicialmente, se encontraban estudios de público centrados en las acciones visibles de los visitantes. Con el tiempo, el enfoque se ha desplazado hacia comprender las interacciones verbales y cómo los visitantes apoyan y participan en el aprendizaje de otros y otros miembros del grupo (Briseño-Garzón, 2010). Investigadores como Houseal y Bourque (2012), desarrollaron nuevas metodologías para observar y estudiar a estos grupos, recopilando datos sobre sus motivaciones, intereses y creencias para obtener una imagen completa del aprendizaje intergeneracional, uno de los objetivos primordiales de este trabajo, y por tanto conocer las dificultades de proporcionarlo eficazmente en entornos museísticos.

Estas nuevas metodologías surgieron debido al alto porcentaje de visitantes en grupos intergeneracionales en los museos. A consecuencia, surgieron herramientas como las tarjetas de “*Art Detective*” en el Jean Paul Getty Museum, dando como resultados el beneficio de la utilización de estos recursos para conseguir una visita más estructurada y plena, mejorando la experiencia y fomentando la *participación activa* tanto de personas adultas como de menores, en contraste con los grupos internacionales que no los utilizaban (Jackson et al., 2006). Los estudios de público enfocados en grupos intergeneracionales se habían vuelto más frecuentes y necesarios. Instituciones como el Museum of History and Industry (MOHAI) en Seattle, el *Indianapolis Museum of Art*, el *Denver Art Museum*, el

Fitzwilliam Museum, y otros, han realizado investigaciones significativas en este campo, evaluando cómo el uso de programas/actividades intergeneracionales influyen en la dinámica de los grupos y en los comportamientos de aprendizaje,

Los estudios de público por lo tanto han demostrado que es posible realizar un aprendizaje intergeneracional efectivo y controlado en museos, incentivando la interacción entre generaciones. No obstante, este tipo de aprendizaje es un fenómeno complejo y polifacético que los museos suelen englobarlo bajo el término “aprendizaje en familia”, pero este concepto incluye matices socioculturales significativos que deben ser comprendidos para su efectiva implementación como señalan Hooper-Greenhill y Moussori (2001) y Ellenbogen et al. (2007).

Gracias a las primeras aproximaciones como el importante trabajo de investigación de Borun et al. (1998), se puede conocer hoy en día mejor este tipo de aprendizaje. A finales de los años 80 surge la llamada perspectiva PISEC, desarrollada por varias instituciones con el objetivo fundamental de reconocer las características de las exposiciones que facilitaban un aprendizaje intergeneracional efectivo, para posteriormente pretender establecer una conexión entre el aprendizaje y ciertos atributos particulares de las exhibiciones, y realizar ajustes en la exhibición para potenciar y producir aumentos mensurables en el aprendizaje en los grupos intergeneracionales.

No obstante, investigaciones como la de Wu et al. (2010) y Jensen (2010) también han demostrado la importancia de considerar otros factores además de la exposición. El aprendizaje intergeneracional en museos es un aspecto dinámico y muy diferente para cada individuo que forma el grupo intergeneracional visitante debido a diversos factores interseccionales que influyen en él:

Uno de estos factores o agentes externos que condiciona el aprendizaje intergeneracional pueden ser los diferentes contextos personales, sociales y físicos desarrollados por la teoría contextual de Falk y Dierking (2011), donde cada uno de estos tiene una influencia significativa en el resultado de la visita. Asimismo, tienen importancia las personas adultas como facilitadoras, un factor entorno al contexto social. Autores como King y Lord (2015), afirman que los padres/madres actúan como educadores en algunas exposiciones sobre todo las que no estén diseñadas específicamente para menores, sugiriendo algunas estrategias para que las personas adultas puedan interpretar la exposición a sus acompañantes más jóvenes. Por otro lado, merece la pena señalar la *participación activa* de otro tipo de mayores como es el caso de los abuelos/as en el cuidado de los nietos/as, el cual ha aumentado en las últimas décadas convirtiéndose en facilitadores/as tan importantes como pueden ser los padres y madres. Autores como Leinhardt y Knutson (2006), subrayaron la importancia de la presencia de este tipo de personas adultas cuando acompañan a sus nietos/as señalando tres roles fundamentales: *storyteller*, *playmate* y *modeler*.

Otro de los factores a tener en cuenta son las creencias de los padres/madres sobre la enseñanza y el aprendizaje en el museo. Proyectos como el realizado por Swartz y Crowley (2004), en el Museo de los Niños de Pittsburgh con el propósito de desarrollar nuevas estrategias de señalización para apoyar la participación de los padres/madres en el aprendizaje de sus hijos/as en los ámbitos museísticos, además de buscar obtener un conocimiento más específico en la relación con las creencias.

Asimismo, proyectos como el de Jonchery (2008) y Stanton (1999), revelaron roles distintos y comportamientos específicos durante la visita al museo, destacando cómo los recursos didácticos pueden mejorar la experiencia de los grupos intergeneracionales. Investigaciones como la de Wu et al. (2010), y

Jensen (2010) también han demostrado la importancia de considerar las dinámicas interactivas y las decisiones conjuntas de los grupos intergeneracionales, subrayando la necesidad de crear experiencias relevantes y significativas para diferentes generaciones, mejorando la comodidad y facilitando la participación de todos y todas las miembros del grupo, como en el caso del proyecto del Denver Art Museum (2011).

Los comportamientos o más bien roles de las personas adultas en los ámbitos museísticos que describe Falk (2009), que estos/as pueden adoptar en función de la compañía y otras circunstancias, pueden ser clasificados en cinco tipos de comportamiento: exploradora, facilitadora, buscadora de experiencias, aficionada y contemplativa. En este mismo sentido, otro estudio realizado por los autores mencionados anteriormente como son Leinhardt y Knutson (2006), diferenciaron roles dentro de grupos intergeneracionales formados por abuelos/as y nietos/as como son: narrador/a, compañeros/as de juegos, y moderador/a social. Estudio que sienta las bases para la formación del *Museum Learning Collaborative (MLC)*.

La correlación entre motivaciones y mejores procesos de aprendizaje intergeneracional es evidente, ya que las motivaciones humanas, una combinación de impulsos, necesidades y deseos, impulsan nuestras acciones y decisiones. Según Dawson (2014), además de lo intrínseco, las motivaciones incluyen el ocio intencionado, donde los adultos planifican experiencias compartidas con objetivos específicos, viendo el aprendizaje como un resultado valioso. Estas motivaciones conllevan a realizar acciones e interacciones con el entorno físico, en este caso el museo, y a su vez esas interacciones se realizan mediante la participación, que es clave para que los y las visitantes construyan conocimiento cuando involucran activamente con el contenido del museo como señala Hein (1988) y Black (2012).

En definitiva, la fundamentación teórica aportó una comprensión detallada y significativa sobre las visitas intergeneracionales en museos, obteniendo una visión clara del estado actual de las visitas de grupos intergeneracionales en estos espacios, comprendiendo además sus motivaciones, comportamientos y la eficacia de los programas existentes, proporcionando una base sólida para futuras investigaciones y prácticas museísticas.

Estas aportaciones son fruto de la consecución de los objetivos anteriormente mencionados a través de la fundamentación teórica y el objetivo específico de esta investigación como era analizar la exposición permanente del Museo Nacional de Antropología y qué actividades/recursos se han realizado hasta ahora para las visitas intergeneracionales, para poder realizar el nuevo programa expositivo donde las evaluaciones realizadas a los grupos intergeneracionales ayuden a identificar elementos clave para contribuir al éxito del programa expositivo futuro, más inclusivo y enriquecedor. A su vez, intentar posicionar al Museo Nacional de Antropología en una buena posición en la “lucha” por el tiempo libre de la ciudadanía, haciendo exposiciones más didácticas para que surjan abundantes y variadas situaciones de conexión entre los grupos intergeneracionales visitantes al museo.

Gracias a este proyecto se ha conseguido explorar en profundidad el concepto de aprendizaje intergeneracional en museo, incluyendo cómo aprenden los grupos intergeneracionales, el papel de cada individuo, y las creencias de las personas adultas sobre la enseñanza y el aprendizaje en estos entornos. A su vez, se identificaron las dificultades para proporcionar un aprendizaje intergeneracional eficaz,

destacando la importancia de contextos personales, sociales y físicos de estos visitantes intergeneracionales.

Finalmente, mediante este estudio se es más consciente de la relevancia que presenta combinar la reflexión de un marco teórico con la ejecución de un marco empírico para poder ofrecer a los y las visitantes intergeneracionales de los museos un entorno interactivo, inclusivo y adaptado a las necesidades específicas de cada uno y una de los individuos que forman parte de los grupos intergeneracionales donde se fomente las motivaciones, participación y aprendizaje intergeneracional en el MNA.

Short Version

This Master's thesis focuses on a crucial aspect of museum management and the field of cultural anthropology: understanding the intergenerational groups that visit museums and more specifically the National Museum of Anthropology.

The effective management of contemporary museums and the study of cultural anthropology are intertwined in the understanding of the intergenerational groups that frequent spaces such as the MNA. This project aims to deepen the analysis of how different cohorts of visitors from different contexts and ages interact with the museum's exhibitions and programmes. It therefore seeks to understand how these interactions impact on the perception that these groups have of anthropology and culture, because the new anthropology museums are lively and moving spaces that transcend simple exhibitions by offering an enriching, dynamic and emotive experience. Immersed in these case studies, we find ourselves immediately transported into a lively world where the importance lies in cultural diversity. This is where past events converge with our present time and our anthropological histories imagine a unique perspective on what it means to be human.

Therefore, this study set out to achieve the objectives set out at the beginning of the project, which would serve as a roadmap to deepen our knowledge of intergenerational visits to museums. These objectives were carried out by means of a working methodology divided into several stages:

The first stage begins on the basis of the knowledge obtained during the master's degree, justifying the interest and transcendence of the selected topic, defining both the purpose or objectives and the scope of the study, as well as identifying the case study. In this way, a theoretical review of the studies carried out on this type of visit in numerous museums around the world and in Spain is developed to support the purpose of the work, establishing a clear direction both in the handling of the selected data and in the expected results of the research process.

Secondly, an approach to the MNA, the case study, is carried out through a bibliographic search, information searches on the web, interviews with technical, educational and mediator staff at the museum itself and, finally, fieldwork with the aim of gathering information on the museum's activities, fieldwork with the aim of collecting quantitative and qualitative data on the physical and cognitive accessibility

problems/difficulties that intergenerational visitors have in the current permanent exhibition of the National Museum of Anthropology and the intergenerational activities that are organised around it, by means of evaluation procedures and instruments such as the critical evaluation of the exhibition, surveys, interviews and observations in the exhibition hall.

Thirdly and finally, a codification of all these data was carried out, according to the 'Guide for the evaluation of activities for intergenerational audiences in museums (EAPI)' carried out by the Permanent Laboratory of Museum Audiences (LPPM, 2020). This whole procedure was carried out in order to analyse them and to be able to conclude with recommendations based on the results obtained for the future change of image and integral renovation of the museum's permanent exhibition rooms. In order to effectively involve intergenerational groups, guaranteeing them a satisfactory experience as part of the participatory project 'Public study for the change of image and the integral renovation of the permanent exhibition rooms of the National Museum of Anthropology'.

The commitment to cultural diversity and the enrichment of knowledge on the part of the MNA has always been reflected in a significant way over the years, but it was in 2014, coinciding with the change of management to the current one, when the MNA set itself a series of objectives, including social participation and its empowerment in the construction of the museum and its contents through the creation of a specific programme of improvements in accessibility and the opening of new channels of communication and participation with the public as a method of social transformation. Since 2014, the museum has carried out small interventions in the exhibition rooms, such as improving signage, incorporating different readings of the objects through examples of works of art, among others, but in contrast to the innovation that the museum's temporary exhibitions generally have, the permanent exhibition is a static, obsolete and unattractive exhibition, oriented to offer a simple but global vision of the cultures of different peoples of the world and organised by continents, the different manifestations (housing, religion, domestic life, among others) are ordered according to the same pattern of functional contexts that is repeated in each room.

Therefore, it has been observed that the museum needs to carry out interventions and, coinciding with the fact that in 2025 the National Museum of Anthropology will celebrate 150 years of history, it is preparing to undertake an integral renovation of its identity, objectives, image and discourse, reaching the culmination of this new stage, which would be the total renovation of the entire exhibition.

Based on the objectives set by the aforementioned participatory project, the objectives of this TFM are defined, which, through theoretical foundations and/or a study of the public, answer the following questions:

- What do we know about intergenerational group visits to museums?
- What are the motivations of intergenerational groups to visit a museum and their behaviour in museum environments?
- What is intergenerational learning, how do intergenerational groups learn in museums, what role does each individual in the group play, parents' beliefs about teaching and learning in museums and what are the difficulties in providing effective intergenerational learning in museum settings?

- What characteristics do exhibition programmes need to have in order to effectively engage intergenerational groups and ensure a successful museum experience?
- What are the key recommendations for designing exhibition programmes that encourage participation, learning and interaction between generations in a museum setting?
- How do visits by intergenerational groups influence the understanding and appreciation of the National Museum of Anthropology's exhibitions?

Traditionally, museums have focused on the exhibition of their collections, relegating the consideration of their visitors to second place. However, this perspective has changed over time due in large part to the transformation in the mission of museums, which are now considered active agents with their own voice (Pérez Santos, 2000; Puebla Antequera, 2012). This incipient growth in interest in understanding how intergenerational groups use and learn in museums has been developing since the late 20th century, where initially, audience studies focused on the visible actions of visitors. Over time, the focus has shifted towards understanding verbal interactions and how visitors support and participate in the learning of other group members (Briseño-Garzón, 2010). Researchers such as Houseal and Bourque (2012), developed new methodologies to observe and study these groups, collecting data on their motivations, interests and beliefs to get a full picture of intergenerational learning, one of the primary aims of this work, and thus to understand the difficulties of providing it effectively in museum settings.

These new methodologies emerged due to the high percentage of visitors in intergenerational groups in museums. As a result, tools such as the 'Art Detective' cards at the Jean Paul Getty Museum emerged, resulting in the benefit of using these resources to achieve a more structured and fulfilling visit, enhancing the experience and encouraging the active participation of both adults and children, in contrast to international groups that did not use them (Jackson et al., 2006). Audience studies focusing on intergenerational groups had become more frequent and necessary. Institutions such as the Museum of History and Industry (MOHAI) in Seattle, the Indianapolis Museum of Art, the Denver Art Museum, the Fitzwilliam Museum, and others have conducted significant research in this field, assessing how the use of intergenerational programmes/activities influence group dynamics and learning behaviours,

Audience studies have therefore shown that effective and controlled intergenerational learning is possible in museums, encouraging interaction between generations. However, this type of learning is a complex and multifaceted phenomenon that museums often lump together under the term 'family learning', but this concept includes significant socio-cultural nuances that need to be understood for effective implementation as Hooper-Greenhill and Moussori (2001) and Ellenbogen et al. (2007) point out.

Thanks to early approaches such as the important research work of Borun et al. (1998) this type of learning can nowadays be better understood. This is where the so-called PISEC perspective emerges, developed by the group formed in the late 1980s among several institutions with the fundamental aim of recognising the characteristics of exhibits that facilitated effective intergenerational learning, and then seeking to establish a connection between learning and particular attributes of the exhibits, and to make adjustments to the exhibit to enhance and produce measurable increases in learning in intergenerational groups.

However, research such as Wu et al. (2010) and Jensen (2010) has also demonstrated the importance of considering factors other than the exhibit. Intergenerational learning in museums is a dynamic and very different aspect for each individual in the visiting intergenerational group due to various intersectional factors that influence it:

One of these factors or external agents conditioning intergenerational learning may be the different personal, social and physical contexts developed by Falk and Dierking's (2011) contextual theory, where each of these has a significant influence on the outcome of the visit. Also important are adults as facilitators, a factor surrounding the social context. Authors such as King and Lord (2015), state that parents act as educators in some exhibitions, especially those not specifically designed for children, suggesting some strategies for adults to interpret the exhibition to their younger companions. On the other hand, it is worth noting the active participation of other types of elders such as grandparents in the care of grandchildren, which has increased in recent decades, becoming as important facilitators as parents can be. Authors such as Leinhardt and Knutson (2006) underlined the importance of the presence of this type of adults when accompanying their grandchildren, pointing out three fundamental roles: storyteller, playmate and modeler.

Another factor to take into account is the parents' beliefs about teaching and learning in the museum. Projects such as Swartz and Crowley's (2004) project at the Children's Museum of Pittsburgh aimed to develop new signposting strategies to support parents' involvement in their children's learning in museum settings, as well as seeking to gain more specific knowledge in relation to beliefs.

In addition, projects such as Jonchery (2008) and Stanton (1999) revealed distinct roles and specific behaviours during the museum visit, highlighting how didactic resources can enhance the experience of intergenerational groups. Research such as Wu et al. (2010) and Jensen (2010) has also demonstrated the importance of considering the interactive dynamics and joint decisions of intergenerational groups, highlighting the need to create relevant and meaningful experiences for different generations, enhancing comfort and facilitating the participation of all group members, as in the case of the Denver Art Museum project (2011).

The behaviours or rather roles of adult individuals in museum settings described by Falk (2009), which they may adopt depending on the company and other circumstances, can be classified into five types of behaviour: explorer, facilitator, experience seeker, enthusiast and contemplative. In the same vein, another study by the aforementioned authors Leinhardt and Knutson (2006) differentiated roles within intergenerational groups formed by grandparents and grandchildren as: storyteller, playmates, and social moderator. This study lays the foundation for the formation of the Museum Learning Collaborative (MLC).

The correlation between motivations and better learning processes is evident, as human motivations, a combination of drives, needs and desires, drive our actions and decisions. According to Dawson (2014), in addition to the intrinsic, motivations include intentional leisure, where adults plan shared experiences with specific goals, seeing learning as a valuable outcome. These motivations lead to actions and interactions with the physical environment called the museum and in turn these interactions are realised

through participation, which is key for visitors to construct knowledge when they actively engage with the content of the museum as noted by Hein (1988) and Black (2012).

In short, the theoretical underpinning provided a detailed and meaningful understanding of intergenerational visits in museums, gaining a clear picture of the current state of intergenerational group visits in these spaces, understanding their motivations, behaviours and the effectiveness of existing programmes, providing a solid foundation for future research and museum practice. The achievement of the aforementioned objectives through the theoretical foundation has allowed us to achieve the specific objective of this research: to analyse the permanent exhibition of the National Museum of Anthropology and what activities/resources have been carried out so far for intergenerational visits, in order to carry out the aforementioned new exhibition programme where the evaluations carried out on intergenerational groups help to identify key elements to contribute to the success of the future exhibition programme, which is more inclusive and enriching. At the same time, to try to position the National Museum of Anthropology in a good position in the 'fight' for citizens' free time, making exhibitions more didactic so that abundant and varied situations of connection arise between the intergenerational groups visiting the museum.

Through this project, the concept of intergenerational learning in museums has been explored in depth, including how intergenerational groups learn, the role of each individual, and adults' beliefs about teaching and learning in these settings. In turn, difficulties in providing effective intergenerational learning were identified, highlighting the importance of the personal, social and physical contexts of these intergenerational visitors.

Finally, through this study we are more aware of the relevance of combining the reflection of a theoretical framework with the implementation of an empirical framework in order to provide intergenerational museum visitors with an interactive, inclusive and tailored to the specific needs of each of the individuals who are part of the intergenerational groups where participation and motivation in the NAM is encouraged.

Referencias

- Black, G. (2012). *The engaging museum: Developing museums for visitor involvement*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203559277>
- Borun, M., Dritsas, J., y Johnson, J. (1998). *Family learning in museums: The PISEC perspective*. PISEC. <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.1995.tb01064.x>
- Briseño-Garzón, A. (2010). *Exploring family learning in a Mexican science museum from a Latin American socio-cultural perspective* [Tesis Doctoral, Universidad de Columbia Británica]. <https://open.library.ubc.ca/soa/cIRcle/collections/ubctheses/24/items/1.0055267>
- Dawson, E. (2014). Equity in informal science education: developing an access and equity framework for science museums and science centres. *Studies in Science Education*, 50(2), 209-247. <https://doi.org/10.1080/03057267.2014.957558>
- Denver Art Museum (2011). *Kids & Their Grownups: New insights on developing museum experiences for the whole family*. https://d26jxt5097u8sr.cloudfront.net/file_share/KidsandTheirGrownups_DenverArtMuseum.pdf

- Ellenbogen, K. M., Luke, J. J., y Dierking, L. D. (2007). Family learning in informal science setting: A decade of research. *Science Education*, 91(6), 783-803.
- Falk, J. H., y Dierking, L. D. (2011). *The museum experience*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315417899>
- Hein, G. E. (1988). *Learning in the Museum*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203028322>
- Hooper-Greenhill, E. y Mousouri, T. (2001). *Researching Learning in Museums and Galleries 1990-1999: A Bibliographic Review*. Research Centre for Museums and Galleries. ISBN 1 898489 23 8.
- Houseal, A.K. y Bourque, C. M. (2012). *Family Learning in Free-Choice Educational Settings: A Review of the Literature for the National Park Service*. Universidad de Wyoming.
- Jackson, A; Fleischer, D., y Christie, CH. A. (2006): *Evaluation of the J. Paul Getty Museum's Art Detective Cards Program*. Education The J. Paul Getty Museum. http://www.getty.edu/education/museum_educators/downloads/getty_artdetective_evaluation.pdf
- Jensen, E. (2010). *Something Different: A pilot study evaluating family outreach activities at The Fitzwilliam Museum*. [Proyecto de investigación]. https://www.academia.edu/326350/Something_Different_A_pilot_study_evaluating_family_outreach_activities_at_the_Fitzwilliam_Museum
- Jonchery, A. (2008). Se rendre au musée en famille. *La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques*, (115), 4-14. <https://doi.org/10.4000/ocim.264>
- King, B. y Lord, B. (2015). *The manual of museum learning*. Rowman & Littlefield.
- Laboratorio Permanente de Público de Museos (2020). *Guía para la evaluación de actividades para público intergeneracional en museos (EAPI)*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Leinhardt, G., y Knutson, K. (2006). Grandparents speak: Museum conversations across the generations. *Curator*, 49(2), 235-252. <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.2006.tb00215.x>
- Pérez Santos, E. (2000). *Estudio de visitantes en museos. Metodología y aplicaciones*, Trea. ISBN: 84-95178-63-X.
- Puebla Antequera, F. (2012). Enfoques temáticos-conceptuales desarrollados en estudios de público. *Revista de Museología: Publicación Científica al Servicio de la Comunidad Museológica*, 55, 50-55. <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/352>
- Stanton, S. (1999). Museums, Families and Cultural Models. *Visitor Studies Today*, 2 (3), 6-9. http://kora.matrix.msu.edu/files/31/173/1F-AD-2E2-8-VSA-a0a6x6-a_5730.pdf
- Swartz, M. I. y Crowley, K. (2004). Parent beliefs about teaching and learning in a children's museum, *Visitor Studies Today*, 7(2), 1-16. <https://upclose.lrdc.pitt.edu/articles/2004%20Swartz%20%20Crowley%20Visitor%20Studies.pdf>
- Wu, K., Holmes, K. y Tribe, J. (2010). Where do you want to go today? An analysis of family group decisions to visit museums. *Journal of Marketing Management*, 26(7-8), 706-726. <https://doi.org/10.1080/02672571003780007>