



Ingreso al Museo Municipal. Foto: Deyvi Saavedra Ordinola

Deyvi Saavedra Ordinola

Morada Gestión Creativa EIRL
 deyvi.saavedra.ordinola@gmail.com
 Piura-Perú

Resumen

El Museo Municipal Vicús se encuentra en un momento clave para su renovación como equipamiento cultural pospandemia. Con una serie de fortalezas estratégicas, la proyección de visitantes futuros y un proceso de reforma organizativa municipal, este espacio emblemático debe asumir nuevas temáticas, discursos y programas, que lo invitan a convertirse en un museo metropolitano. El presente artículo recoge los principales hallazgos y reflexiones mirando este derrotero, a partir de una consultoría llevada a cabo entre 2019 y 2020, enfatizando la importancia de la planeación estratégica y las nuevas miradas hacia los museos del siglo XXI.

Palabras clave: Museo, Piura, metrópoli, análisis estratégico, gestión cultural

Abstract

The Vicús Municipal Museum is at a critical moment for its renewal as a post-pandemic cultural facility. With a series of strategic strengths, the projection of future visitors, and a process of municipal organizational reform, this emblematic space must take on new themes, discourses, and programs that invite it to become a metropolitan museum. This article gathers the main findings and reflections looking at this path, based on a consultancy carried out between 2019 and 2020, emphasizing the importance of strategic planning and new approaches to the museums of the XXI century.

Keywords: Museum, Piura, metropolis, strategic analysis, cultural management

El Museo Municipal Vicús es una infraestructura cultural pública de la ciudad de Piura, capital de la región del mismo nombre, cuya población bordea el medio millón de habitantes, en lo que es el segundo departamento más poblado del país y uno de los económicamente más activos y diversos, aunque con necesidades sociales agudas sin resolver. Este museo es uno de los equipamientos culturales más representativos de esta parte del extremo norte peruano, cuya renovación es un interés permanente entre las organizaciones y gestores del sector. Su promedio de visitas prepandemia (más 23 mil personas desde 2016) y su tasa de crecimiento anual (7 a 8 %) demuestran la necesidad de dotarlo de mejores programas y organización, con el objetivo de cumplir las múltiples tareas y retos que tiene por delante.

Precisamente, entre 2019 y 2020, se realizó una labor de diagnóstico y propuestas que permitió sentar bases hacia una planeación estratégica que haga sostenible y exitoso este



Fig.1. Visitantes según las categorías del registro entre 2016 y 2018. Elaboración propia.

derrotero. Como afirma Yllia (2016), “solo después de tener ese análisis [planeación estratégica] se podrá empezar a pensar en alternativas, soluciones y estrategias que permitan orientar sus funciones [como institución museal] en el futuro” (p.34). Este artículo presenta los hallazgos más relevantes y las reflexiones que ambicionan un museo metropolitano para esta parte del país.

Los públicos y la institución

El público mayoritario del museo es el escolar, seguido muy de lejos por el “profesional”, aunque las diferencias entre una y otra categoría en la que se desagregan los públicos no es del todo clara. No se tiene estadísticas de participantes en las actividades educativas, recreativas o de inauguraciones expositivas que se realizan al año, aunque por lo general oscila entre 25 y 40 personas, siendo un buen porcentaje de ellos los visitantes frecuentes y trabajadores culturales locales (Fig. 1).

Las proyecciones previas a la pandemia sobre el público del museo confirman por otro lado una mayor presión de demanda, tanto local como foránea, sin considerar el porcentaje de crecimiento intercensal metropolitano, como tampoco las proyecciones de recepción turística regionales y nacionales. En el caso de visitantes, se esperaba que el aeropuerto local rompa la barrera del millón cien mil pasajeros durante 2021 —de 500 mil al 2018—, mientras que la población local bordea los 600 mil habitantes (Municipalidad Provincial de Piura, 2020, p. 291 y 339). De este modo, al 2023 se esperaba alrededor de 26 mil visitantes al año, aunque muy de lejos de equipamientos como el Museo de Arte de Lima (con casi 400 mil visitantes al 2019) o el Museo Tumbas Reales de Sipán (con 185 mil al 2016).

Asimismo, dentro de la labor de diagnóstico se elaboró una pequeña encuesta aplicada a los visitantes durante diciembre de 2019, que buscaba analizar la percepción de calidad que tenían en su paso por el museo. Aunque el promedio general de satisfacción fue alto



Fig. 2 Organigrama vigente de la gerencia de la que depende la División de Promoción Cultural. Elaboración propia.

(7/8), un factor determinante fue el personal de atención, y no precisamente la propuesta expositiva propia ni las actividades del equipamiento.¹

Desde el plano institucional, el museo no ha contado hasta la fecha con un plan museológico o estratégico propio, dependiendo de las políticas culturales y estrategias de gestión de los Gobiernos ediles de turno para implementar contenidos museográficos o para realizar alguna acción administrativa o proyecto de mejora interna. La dependencia municipal que vela actualmente por su manejo es la División de Promoción Cultural (Fig. 2), cuyo personal granjea tanto las funciones del órgano en mención, como las de equipo museal, además de implicarse en tareas ligadas a la Pinacoteca Municipal y el Teatro Municipal. El Reglamento de Organización y Funciones vigente a la fecha no lo separa de las funciones de la División a la que depende.



Fig. 3. Denominación y tipologías del museo en su vida institucional. Elaboración propia.

La denominación y tipología del Vicús ha sufrido varios cambios, respondiendo a un interés concreto de la gestión del momento, las familias o personas donantes, personajes de renombre en el sector cultural local o las tendencias socioculturales de coyuntura, aunque se puede resumir en tres corrientes principales. De esta manera, y como lo refleja su acervo patrimonial, el museo ha estado vinculado tradicionalmente tanto a lo prehispánico como al arte moderno y contemporáneo, al cual se ha añadido en la última década una inquietud por la historia fundacional de la ciudad y de su patrimonio virreinal y republicano. (Fig. 3)

Asimismo, al analizar la misión que maneja el equipo de trabajo museal sobre el espacio, comprobamos que se resalta la conservación y custodia, así como su rol de dinamizador económico y cultural en la ciudad.

1 El museo alberga en su planta baja una sala recientemente renovada dedicada a mostrar los hallazgos metalúrgicos de la zona arqueológica de Frías, en la sierra piurana. Entre estas piezas se encuentra la llamada *Venus de Frías*. Esta sala no formó parte estructural del análisis, debido a su administración exclusiva por parte de la Dirección Desconcentrada de Cultura de Piura.

Ante estas condiciones, y apelando a esquemas organizacionales de otros museos en la actualidad, tanto peruanos como latinoamericanos, se vuelve necesario un proceso de reestructuración de las áreas internas del Vicús, que permita abordar los programas museológicos de manera especializada y que independice las labores museales de su órgano de línea al interior de la municipalidad. A ello unimos la conciencia de las limitaciones en cuanto recursos, tanto presupuestales como humanos, que permitan que la propuesta de reorganización logre su implementación en un corto plazo, por lo que se plantea en primera instancia tres áreas de gestión, además de la dirección del equipamiento, como se detalla en el siguiente esquema:



Fig. 4. Propuesta de organización interna del equipo humano del museo. Elaboración propia.

Las colecciones y la labor de investigación

Como ya señalamos líneas arriba, las colecciones se han venido incrementando con diversidad de objetos, pasando de colecciones principalmente arqueológicas a obras artísticas contemporáneas, material bibliográfico y postal, entre otros. Dicho incremento se debe a donaciones personales e individuales, tanto de trabajadores culturales como ciudadanos con algunos objetos culturales sin mayor registro oficial o científico (Figs. 5 y 6)

La catalogación más reciente y completa de las colecciones se realizó en 2018, la misma que ha permitido tener imágenes de mayor calidad de las piezas, un mejor manejo de su almacenamiento, datos más precisos sobre la presunción estilística y de procedencia, entre otros, especialmente de las piezas arqueológicas. Ello brinda la posibilidad de implementar un portal en el que investigadores y públicos puedan explorar las piezas y otros materiales del equipamiento.

Respecto al ámbito investigativo, el museo tiene diferentes experiencias de investigación y documentación científica, en su mayoría, por el aporte de profesionales que han accedido a sus colecciones con las facilidades para su estudio y análisis. Sin embargo, no existe un programa de investigación ni un área específica como tal. Si bien los permisos de acceso no representan mayores dificultades burocráticas, resulta estratégico impulsar un programa propio de investigación. Debido a la variedad de las colecciones, estas son de uso también para docentes, tesis o estudiantes de pregrado en disciplinas como turismo, historia,



Fig. 5. Colecciones arqueológicas del museo.
Elaboración propia.

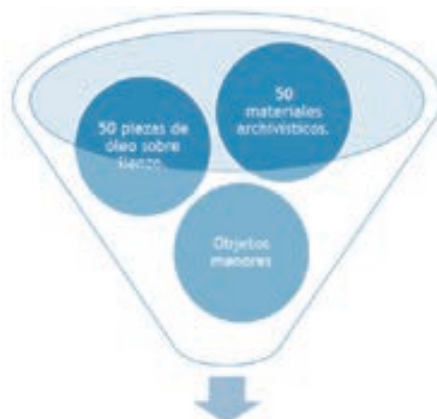


Fig. 6. Colecciones histórico artísticas del museo.
Elaboración propia.

ciencias sociales, arte, artesanía, entre otras. Sin embargo, su aporte no ha sido recabado y sistematizado para nutrir la documentación de las colecciones y de manera limitada se ha reflejado en las exposiciones museográficas que exhibe el equipamiento.

A su vez, aspectos como la museología, conservación preventiva, restauración o estudios de público han sido mínimamente explorados, con miras a desarrollar proyectos de investigación.

Conservación, arquitectura y exposiciones

El museo cuenta con un pequeño laboratorio de conservación. El tratamiento que se desarrolla en esta área es principalmente de estabilización de piezas. En el caso de ceramios, este tratamiento consiste en una limpieza consolidada, luego de la cual vuelve a los depósitos o a la exposición museográfica si es que se encuentra exhibida. En el caso de los metales, la limpieza resulta de mayor profundidad, ya que objetivo es detener la corrosión, así como la estabilización de la pieza para evitar su mayor deterioro. El proceso es cuasi empírico en tanto no se cuenta con los materiales necesarios ni una cámara especial para el tratamiento. Sin embargo, con la experiencia y soporte conseguido, además de las mejoras previstas, este laboratorio puede convertirse en el más importante de su especialidad en el extremo norperuano, con acceso a una variedad de objetos.

En cuanto a su faceta como contenedor, la arquitectura ha sido uno de los aspectos más criticados y observados de este equipamiento. A la luz de diferentes evaluaciones y la propia observación participante, el edificio cuenta con importantes falencias para implementar y proveer los servicios que debe garantizar a la sociedad. Como ha señalado Alva (2001), lejos de plantearse un mínimo de criterios museológicos y museográficos para la construcción del equipamiento, parece ser que se asimiló a una suerte de conjunto escalonado de galerías unidas con una escalera en espiral.

Al respecto, la arquitectura de museos representa un componente clave de la gestión y valoración de estos espacios, no solo por motivos de seguridad y custodia, sino también para la recepción, motivación y cercanía con sus públicos. Aunque pueden generarse adaptaciones y adecuaciones para atenuar y potenciar lo arquitectónico y el diseño interior a favor de los públicos, es necesario una evaluación especializada para concretar lo mejor posible las condiciones óptimas de visita. Como señalan Tena *et al.* (2018), dentro de un



Fig. 7. Vista de una de las salas de exposición permanente. Municipalidad de Piura.

museo, la distribución de los ambientes, la presencia de señalización interna, los niveles de temperatura, luminosidad, ruido, la facilidad del flujo en el recorrido, así como la presencia de zonas de descanso, son variables que deben ser tomadas en cuenta, dado que desempeñan un rol importante en la valoración que tendrá el visitante del museo. Todas las variables que involucran este elemento, contribuyen a que los visitantes se sientan cómodos, atraídos y complacidos con la experiencia que les brinda el museo, siendo este un elemento que genera emociones, sensaciones y que complementa el servicio brindado con miras a examinar la satisfacción de sus visitantes.

En el plano propiamente museográfico y expositivo, la tarea es igualmente retadora: existen básicamente 1 sala temporal con exposiciones de este tipo —en su gran mayoría, de muestras artísticas— y 6 de tipo permanente, aunque no guardan un orden y relación con el aspecto temático o museológico. Con ello, el recorrido por el Vicús no tiene un sentido o hilo conductor, además de ciertos componentes desfasados, medios caducos y elementos desgastados con el paso del tiempo y el clima. Tampoco se refleja un esfuerzo por motivar las reflexiones, debates, múltiples puntos de vista y niveles de lectura y aprehensión en los diferentes contenidos de las exposiciones, algo fundamental para brindar efectividad a los propósitos de las mismas. Como señala Sabbatini (2004), la interactividad supone la acción del visitante como de la exposición, lo que permite una retroalimentación que no logramos apreciar en el museo (Fig. 7).

No se reflejan de manera estructurada los objetivos de experimentación, exploración y explicación que pueden construirse en las propuestas expositivas. Tampoco se aprecia con claridad los de tipo cognitivo, afectivos y sensoriales, cada uno ligado a las diferentes facetas que puede adoptar el visitante al contacto y relación con los componentes museográficos. A pesar de una vigorosa programación de exhibiciones artísticas al año, con 18

inauguraciones en promedio y con base en obras tanto pictóricas, escultóricas, fotográficas o artesanales, no contamos con registro de los fundamentos y criterios curatoriales en ellas, además del manejo en diseño interior, aunque sí se realiza un proceso de aprobación de criterios artísticos a cargo de la especialista en artes y patrimonio integrante del personal del museo. Su duración en sala depende sobre todo del período del año y la propuesta expositiva en sí, aunque varía entre 10 y 25 días.

Ya en cuanto a discurso, se echa mucho en falta el tratamiento textual y gráfico, más allá de lo cognitivo en todas las propuestas expositivas del museo, algo que limita la reflexión e interactividad.

La principal diferencia con las técnicas tradicionales de gestión y exposición museística, es la manera en que la información fluye entre instituciones y usuarios. En las exposiciones y programas tradicionales, la institución proporciona de manera unidireccional contenidos para que los visitantes los disfruten. La institución de esta manera garantiza una cualidad de los contenidos alta y los contenidos no están personalizados según diferentes tipologías de usuario. Este aspecto del museo a menudo ha creado el dicho cultural divide (división cultural), por lo que, según el bagaje del visitante, el museo no siempre aparece acogedor, inclusivo y atractivo, más bien aburrido y algo rechazador. (Satta, 2017, p. 88)

Comunicaciones del museo y programa educativo.

El museo municipal no tiene un plan de comunicaciones como tal, sino que se adhiere a las estrategias y acciones publicitarias de la División de Promoción Cultural. Cuenta con una página propia en Facebook, aunque con problemas de actualización y planeación, así como una subpágina muy básica en el portal de la Municipalidad de Piura.

En cuanto a su programa educativo, el Vicús básicamente desarrolla visitas guiadas para escolares, talleres de práctica artística para diferentes edades y algunos eventos de expresión artística o de divulgación histórica y arqueológica que, sin embargo, se diluyen con las actividades propiamente de su órgano responsable y sin mayor manejo de pedagogía especializada o estrategias de educación no formal e informal desde el equipamiento. De ahí que no se trate de actividades pedagógicas, sino de difusión general, por lo que a partir de ello podemos señalar que:

[Si] siguen siendo tratados como receptores pasivos de información o recipientes vacíos, vamos a perder la oportunidad de convertir los museos en algo esencial para las comunidades que servimos. A través de estrategias de enseñanza y de aprendizaje participativo, los museos pueden permitir que los visitantes se conviertan en participantes, creadores e intérpretes, en lugar de simples asistentes. Como se atribuye al gran erudito y filósofo chino, Confucio, el adagio nos dice: “Dime, no me acuerdo. Muéstrame, lo recuerdo. Involúcrame, lo entiendo”. (Crow, 2017, p. 116)

De hecho, gran parte de la evaluación crítica sobre el impacto social y el desarrollo de públicos, en este caso, tendrá relación con la efectividad e idoneidad de las campañas publicitarias y las estrategias de difusión que emplea el museo y su institución tutelar. Aquí, y debido a la coyuntura con sus proyecciones a largo plazo, debe generarse una proactiva labor en implementar acciones de marketing digital, así como brindar contenidos y propuestas desde el museo en los espacios virtuales empleados por sus públicos y potenciales visitantes.

Bajo estos hallazgos, y siguiendo las reflexiones de un reciente estudio de museos en Lima (Museo de Arte de Lima, 2018), la tarea pendiente es el empoderamiento y conocimiento detallado de sus usuarios, buscando un encuentro dinámico entre el participante y la propuesta del museo, con la puesta en práctica de metodologías como *design thinking* o *user experience*, tan reveladoras de posibilidades y necesidades, que han pasado de las industrias digitales a diferentes ámbitos de los servicios creativos y culturales. Todo ello, sabiendo



Fig. 8. Disposición a pagar entrada al museo, según encuesta de la consultoría. Elaboración propia.

segmentar a los visitantes, sean estos interesados, curiosos o de tipo sociales en búsqueda de su fidelización: “La forma de atraer a más visitantes a los museos se basa en entender los perfiles de los visitantes y generar estrategias que les sean atractivas, de modo que sirvan ellos mismos como difusores de la experiencia del museo” (Museo de Arte de Lima, 2018, p. 217).

Economía y sostenibilidad financiera

El museo depende financieramente de la municipalidad y su presupuesto es la partida destinada de manera general a su órgano responsable (División de Promoción Cultural). Los principales patrocinadores, a lo largo de los últimos cuatro años en las iniciativas impulsadas por esta División en lo que concierne al Museo, son la Caja Municipal Piura y diferentes colectivos artísticos locales. En el caso del primero, su aporte es principalmente financiero, y busca ejecutar proyectos presentados en fechas clave del calendario cívico, como puede ser Fiestas Patrias o las fiestas jubilares locales. En el caso de los segundos, proponen exposiciones que son montadas por las mismas agrupaciones, sin mayor solicitud de patrocinio edil que la recepción para el día de inauguración, invitaciones impresas y publicidad en prensa.

No existe un pago por ingreso al museo y se mantiene todavía un discurso de gratuidad absoluta entre los funcionarios y trabajadores municipales del área, a pesar de que en la breve encuesta de públicos trabajada en 2019, 7 de cada 10 encuestados señalaba que sí podía y deseaba pagar entrada, para con ello costear mejoras en la propuesta museográfica del equipamiento.

Entendiendo que el Museo Municipal Vicús es un equipamiento administrado por el Gobierno local, toda actividad que bajo su tutela se ejecute tiene un presupuesto parcial o totalmente subvencionado por el Estado. No ha habido mayor antecedente de financiamiento externo vía cooperación internacional, excepto por ciertos proyectos concretos, aunque sin ejecución final.

	Puntos fuertes superfluos	Puntos fuertes clave
Fortaleza relativa de los recursos y las capacidades	Presupuesto municipal Museo con mayor disposición de salas de exposición	Colección permanente Arraigo en la sociedad Ubicación en la ciudad Atracción para el turismo
	Territorio fronterizo metropolitano	Autonomía Calidad de la experiencia de visita Exposiciones Servicios complementarios
	Zona de relevancia	Puntos débiles clave
Fortaleza estratégica de los recursos y capacidades		

Fig. 9. Puntos fuertes y débiles clave del museo Vicús. Elaboración propia.

A partir de esto último, parte de la colección museal tiene un potencial de convocatoria hacia la cooperación con otros museos y entidades cooperantes, tanto latinoamericanas como de otras partes del mundo, debido a la proyección de algunos de los benefactores del museo o piezas emblemáticas. Es el caso del acervo donado por el ilustre pintor Felipe Cossío del Pomar, que puede generar estrategias de gestión y proyectos con la ciudad de San Miguel de Allende o la familia del pintor en México, como también propuestas de proyectos ligados a la arqueología norandina, con Qhapac Ñan, Aypate y Vicús.

Una renovación hacia un Museo Metropolitano para Piura

Las recientes experiencias vividas como sociedad metropolitana en el caso de Piura ciudad, que implican desde desastres naturales y sanitarios, hasta crisis sociales, motivan a reflexionar en la necesidad de un espacio dentro de la urbe en que, además de revisar y difundir el pasado y el patrimonio cultural, invite a debatir y conocer el presente y las posibilidades del territorio. Siguiendo de cerca el esquema de fortalezas del museo, podemos señalar que el Vicús tiene ante sí un derrotero hacia un espacio de dinamización cívica cultural como ciudad.

El análisis de las exposiciones actuales y los contextos en los que se desenvuelve el Museo Municipal lo perfilan como un museo de ciudad, albergando propuestas expositivas de diferentes temáticas del territorio metropolitano, aunque también regional. En ese sentido, siguiendo a Witker (2018), podemos señalar que un museo de ciudad supone:

(...) “tomar” a la ciudad para exhibirla en el museo como un bien cultural, en el entendido de que el fin no es únicamente su contemplación, sino que, a través de ella, se explican las diversas relaciones, de las innumerables que en ella ocurren, han ocurrido y seguirán ocurriendo, día a día y en diversos ámbitos.

No se trata únicamente de presentar objetos patrimoniales de forma bien ordenada en un espacio, sino de representar, en el museo y en sus exposiciones, muchas de esas incontables relaciones que sabemos que ocurren en ella y que no observamos o no sabemos observar y, así, explicarnos realidades culturales y naturales e, incluso, suponer escenarios de futuro para nuestras ciudades, aquellas en las que cohabitamos y entre quienes las habitamos. (p.55)



Fig. 10. Componentes clave de la misión propuesta. Elaboración propia.

Aunque esta perspectiva se focaliza en el todo como ciudad, ello no implica abandonar la perspectiva global ni de diálogo transfronterizo, más aún en una región limítrofe como Piura. De hecho —y especialmente con lo digital— los museos de hoy se transforman en espacios de interacción de diferentes visiones del mundo o marcos culturales que, a su vez, lo enriquecen y potencian su función social hacia la convivencia, tolerancia y diversidad. En la medida en que desde lo museológico se recoge y señala la diversidad de interpretaciones y la reflexión, mas no la instrucción, el diálogo intercultural supone un enfoque clave en ciudades como la nuestra,

con una importante migración altoandina, así como una reciente migración venezolana y el contacto más frecuente y abundante con ciudadanos ecuatorianos y chilenos.

Es así que el Vicús, como equipamiento cultural clave, debe sostener una misión propia que, sin dejar de lado sus funciones y razón de ser como institución, apelen a su contexto territorial y aterricen sus intereses y empuje por el desarrollo integral de los piuranos y piuranas.

En ese sentido, una propuesta de misión se manifiesta así:

El Museo Metropolitano de Piura salvaguarda y promueve la riqueza patrimonial de la ciudad, principalmente manifestada en sus colecciones y expresiones tradicionales y contemporáneas, generando una plataforma para el diálogo intercultural permanente y profundo bajo la revisión y reflexión del pasado, del hoy y las aspiraciones futuras, inspirando una ciudadanía más creativa, respetuosa y democrática.

Por su parte, un ensayo de visión para el museo sería el siguiente:

El Museo Metropolitano aspira a convertirse en uno de los lugares de la ciudad más queridos por los piuranos y piuranas, así como el principal atractivo turístico de la metrópoli, acogiendo la investigación multidisciplinaria de sus colecciones, con una propuesta museográfica relevante e interactiva con sus públicos, destacando como uno de los museos más activos del norte del país.

Nuestra realidad local afronta agudos y urgentes problemas de convivencia, tolerancia, migración, equidad de género e inclusión. A ellos se acompañan la serie de retos ecológicos y

de adaptación al cambio climático que debe solucionar de manera constante e inmediata, así como las mejoras urbanísticas. Todo lo cual implica una construcción basada en negociación, consenso y participación colectiva de diferentes grupos de interés, ciudadanos y ciudadanas, autoridades y especialistas. Un museo de ciudad puede convertirse precisamente en una plataforma activa y exitosa para ello.

Los ámbitos temáticos planteados para un museo metropolitano piurano recogen, entonces, la diversidad en lo histórico y arqueológico, así como en lo etnográfico, artístico, urbano y social. Incluso, y ahora mismo, lo testimonial sanitario ante un episodio de angustiante repercusión como la pandemia por la COVID-19, con lo cual asegura, como resalta Caballero (2009), sea un territorio (espacio cultural):

(...) de salvaguarda y difusión de valores democráticos y de ciudadanía, colocados al servicio de la sociedad, con el objetivo de propiciar el fortalecimiento y la manifestación de identidades, la percepción crítica y reflexiva de la realidad, la producción de conocimientos, la promoción de la dignidad humana y de las oportunidades de esparcimiento. (p. 10)

Referencias bibliográficas

- Alva, B. (2001). El museo Vicús de Piura ¿un proyecto frustrado? *Illapa Mana Tukukuq*, 1, 111-120. Instituto de Investigaciones Museológicas y Artísticas-URP.
- Caballero, L. (2009). *Análisis de la función social de los museos en la museología crítica*. Actas del VII Congreso de Museos del Vino de España. Grecia: Hellenic Foundation for Future.
- Municipalidad Provincial de Piura (2020). *Plan de Desarrollo Urbano Metropolitano al 2040-Versión Borrador de Consulta*. Municipalidad de Piura-Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.
- Museo de Arte de Lima (2018). *Hacia un museo sostenible: Oferta y demanda de los museos y centros expositivos de Lima*. MALI.
- Sabbatini, M. (2004). *Museos y centros de ciencia virtuales, complementación y potenciación del aprendizaje de ciencias a través de experimentos virtuales* [tesis de doctorado, Universidad de Salamanca]. Repositorio Institucional. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=19918>
- Satta, F. (2017). *Las estrategias de comunicación digital de los museos en las redes sociales. Análisis de presencia y rendimiento de los museos de arte catalanes* [tesis de doctorado, Universitat Rovira i Virgili]. Repositorio Institucional. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=156636>
- Tena, E., Ancori, L. y Nuñez, M. (2018). Gestión del Marketing Mix de servicios en un museo de memoria: Estudio de caso sobre el Lugar de la Memoria, la Tolerancia y la Inclusión Social. *Revista Innovag*, 4, 10-23.
- Witker, R. (2018). La ciudad en el museo. La ciudad musealizada. Los museos de ciudad. Discursos museográficos de ciudadanía y corresponsabilidad. *Illapa Mana Tukukuq*, 15, 52-63. Instituto de Investigaciones Museológicas y Artísticas-URP.
- Yllia, M. E. (2016). *Propuesta de plan museológico para la Casa Museo Ricardo Palma*. [tesis de maestría, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/urp/968>

Recibido el 18 de junio de 2021

Aceptado el 10 de septiembre de 2021