



## 5. Nuevos acercamientos a los estudios de los públicos juveniles. La experiencia de la investigación documental

Livier Jara García

### Resumen

La diferencia de edad que nos separa de los jóvenes dificulta el diálogo y, por ende, la comprensión de sus necesidades. Como sociedad, a menudo segregamos las opiniones o puntos de vista de los adolescentes, tal vez porque no se consideran equivalentes a los de un adulto, pues pensamos que sus ideas son cambiantes y que son parte de un proceso en formación. De alguna manera esta situación es similar en los museos de arte moderno y contemporáneo en México, donde los jóvenes son poco tomados en cuenta, falta de consideración que se manifiesta en baja asistencia juvenil y escasas actividades dedicadas a ellos. La situación se agrava debido a la falta de políticas culturales enfocadas en propiciar mayor inclusión juvenil. Sin embargo, hay algunos museos en otros países del mundo que realizan actividades de participación para los jóvenes, como los grupos asesores adolescentes (GAA), con los cuales pretenden crear y mantener una relación recíproca con sus públicos juveniles, convencidos de que este es un esfuerzo valioso. En el presente artículo se describe la experiencia de investigación de este tipo de propuestas para su posible aplicación en el Museo de Arte Carrillo Gil de la Ciudad de México, con el objetivo de mostrar que las investigaciones documentales y los estudios de casos de otros museos se insertan en el vasto campo de los estudios de públicos y nos permiten pensar y reconocer nuevas alternativas para la convocatoria de públicos aún inexistentes en los museos.

### Palabras clave

Públicos, museos de arte, adolescentes, grupo de asesores adolescentes, Museo de Arte Carrillo Gil.

▲ Público en la exposición *Caminos de luz*. Universos huicholes. Museo Nacional de Antropología.  
Foto: © Leticia Pérez Castellanos.

### Abstract

The age difference that separates us from youth makes dialogue difficult, therefore the understanding of their necessities. As a society, we often segregate the opinions or point of view of teenagers, perhaps because they are not considered equivalent to those of adults as they are assumed to be changing and part of a growing process. Somehow, there is a similarity in contemporary and modern art museums in Mexico, where younger audiences are seldom taken into consideration, which reflects into low attendance and very few activities dedicated to them. The situation is made worse by the lack of cultural policies aimed at enabling younger audience inclusion. However, there are museums in other countries that have activities for the youth, like the teenage counselor groups (GAA), which intend to create and maintain a reciprocal relation with younger audiences, convinced that there is value in this effort. This article describes the research experience of this kind of proposal for its possible application in the Museo de Arte Carrillo Gil de la Ciudad de México, with the objective of showing that documental research and case studies from other museums fit in the wide field of visitor studies, and allow us to think and recognize new alternatives to convene audiences not yet existing in museums.

### Key Words

Audience, art museums, teenagers, Teen Advisory Groups, Museo de Arte Carrillo Gil.

## Introducción

Todos fuimos jóvenes y en su momento disfrutamos y sufrimos la adolescencia. Formamos parte de un grupo de amigos con los que compartimos aventuras, aprendimos que el amor a veces duele, que nuestras decisiones tienen consecuencias, y que la libertad y la responsabilidad van de la mano. Algunas veces lo aprendimos por las buenas, otras no, pero definitivamente sabemos lo que se sentía tener 15 años y pensar en nuestros días por venir. Sin embargo, como adultos parece que esa empatía no es suficiente para poder comprender las necesidades y gustos de esos adolescentes que vemos hoy en día en un centro comercial o platicando afuera del cine. El tiempo ha pasado y eso ha creado una brecha generacional. Además, la tecnología y los hábitos sociales se han transformado hasta llegar a un punto en el que nos alejamos de la posibilidad de entender todas esas emociones e impulsos que los dominan, lo que en muchos casos impide el reconocernos en ellos y poder comenzar un verdadero diálogo.

Este problema de comunicación intergeneracional parece extenderse al quehacer de los museos, limitando el acercamiento de los públicos juveniles a las exposiciones y las actividades que en ellos se generan. Diversas investigaciones internacionales —como la de la especialista en temas de jóvenes y museos Kate Pontin (2009)— han documentado que los adolescentes son públicos poco asiduos a los museos de arte. Como ejemplo de ello, la autora documenta que entre el 2002 y 2003 los visitantes de 15 a 24 años solo representaron el 13% de público en los museos del Reino Unido, siendo uno de los grupos menos atendidos en el contexto cultural. Esta problemática se presenta en varios países del mundo, y es notable en México, aunque hasta el momento no existen políticas culturales ni programas específicos dedicados a subsanarla.

## Un caso en México

Durante tres años y medio (enero, 2012- junio, 2015) de trabajo en el Museo de Arte Carrillo Gil pude constatar la baja asistencia de grupos de jóvenes de nivel secundaria y preparatoria, lo cual es de llamar la atención cuando consideramos que, de acuerdo con el INEGI (2017), en nuestra ciudad los jóvenes y adultos jóvenes entre 15 y 29 años representan casi el 26% de la población.

Esta situación me hizo preguntarme, ¿qué se puede hacer para invitar a los jóvenes a ser parte del museo? Y, en todo caso, ¿por qué es importante intentarlo? Estas preguntas me llevaron a iniciar una investigación de tesis para acreditar la maestría en Museología titulada “Carrillo Gil, joven y contemporáneo. Proyecto de conformación de grupo de asesores adolescentes en el Museo de Arte Carrillo Gil”. Esta investigación surgió con la intención de sustentar un proyecto de gestión que me permitiría (o eso pensaba), proponer la creación de un grupo de asesores adolescentes en el museo, con el propósito de que su presencia poco a poco invadiera ese recinto. Con el tiempo me di cuenta de que, como suele suceder en los senderos de la investigación, el desarrollo de la misma me fue guiando hacia nuevos e inesperados caminos que se alejaron de esa intención inicial y me hicieron repensar el quehacer del museo desde nuevas miradas que, como desarrollaré a continuación, involucran no solo a los visitantes jóvenes, sino a toda la organización institucional y al contexto social y político en el que esta se desenvuelve.

El Museo de Arte Carrillo Gil (MACG) es una institución pública que abrió sus puertas en 1974 con la misión de albergar, investigar y difundir las obras de la colección que el Dr. Alvar Carrillo Gil donó al Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura.<sup>1</sup> Ubicado al sur de la Ciudad de México, su vocación a lo largo del tiempo se ha extendido para dar lugar no solo a exposiciones de su colección original sino a muestras temporales de artistas modernos y contemporáneos, que hoy es reconocido como

<sup>1</sup> Sitio oficial del MACG <http://www.museodeartecarrillogil.com/>.

un espacio de experimentación y nuevas propuestas artísticas. Además de la oferta expositiva, el museo realiza diversas actividades paralelas como visitas guiadas, talleres familiares, cursos, conferencias y mesas redondas, las cuales le permiten llegar a más públicos; sin embargo, ninguna de ellas se enfoca, de manera específica, a los jóvenes.

Al iniciar la investigación de tesis, me percaté de que la información disponible en materia de estudios de públicos en museos de arte en México no era suficiente para identificar la cantidad y frecuencia de la asistencia de los jóvenes a los museos, pues no existen diferenciaciones específicas del rubro de edad entre los 13 y 18 años, que es el que corresponde a los años de educación secundaria y preparatoria previos a alcanzar la mayoría de edad legal. En los principales estudios existentes, como son la Encuesta a públicos de museos 2008-2009 y el Estudio a visitantes de museos 2010, ambos realizados por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México (Conaculta), se incluyen solo los resultados obtenidos en personas mayores de 20 años (Conaculta 2010b: 213). Por esa razón, consideré necesario complementar la información existente con estudios y reportes de diversos países, como Dinamarca, el Reino Unido, Australia y Estados Unidos (los cuales se detallan en la bibliografía de este texto), que permitieran mostrar un panorama general de la situación de baja asistencia que presentan los jóvenes en los museos de arte, y así poder conocer más sobre las dinámicas específicas de los públicos juveniles.

En este sentido, utilicé la investigación documental como herramienta de diagnóstico aplicada a este estudio de públicos. Ante la ausencia de datos directos, la literatura me permitió detectar que la baja de asistencia de los jóvenes en esos países puede estar vinculada con tres factores principales: la falta de recursos económicos, la inexistencia de un sentido de pertenencia de los jóvenes hacia las instituciones culturales, y la pobre o nula oferta de actividades para ellos en los museos. Este último elemento está directamente relacionado con la apatía o la falta de interés hacia este segmento manifestada por algunos museos, situación que han señalado en

sus investigaciones diversos autores dedicados a trabajar con audiencias juveniles como Pontin (2009), Sowton (2014) y Tzibazi (2013).

### Sobre las definiciones y la situación de la investigación

La dificultad de pensar en actividades que no solo sean *para* los jóvenes sino *con* ellos, en el ámbito del museo, también se relaciona con la complejidad para establecer una definición de adolescentes o jóvenes que, si bien no generalizada, al menos sea clara y comprensible, y que integre tanto las características físicas, emocionales, intelectuales y afectivas que estos futuros adultos tienen en un momento tan efímero de la vida.

Las definiciones existentes son variadas y vagas. En los estudios estadísticos de la Unicef-México, por ejemplo, los jóvenes son aquellas personas que se encuentran en un rango de edad de entre 12 y 17 años, lo que corresponde al fin de la niñez y al inicio de la vida adulta en el sentido legal. Otros estudios estadísticos como el Programa Nacional de Juventud 2014-2018, realizado por el propio Instituto Mexicano de la Juventud (Imjuve), consideran a la población juvenil en rangos de edad que van desde los 12 hasta los 29 o 30 años (Imjuve, 2014: 25), lo cual desfasa el foco del objeto de estudio hasta una población económicamente activa con niveles de educación y madurez muy diferentes a las de un adolescente. Estas aproximaciones tampoco toman en cuenta la diversidad de intereses, gustos, actividades y subjetividades que afectan a la juventud, como pueden ser el nivel de estudios, la necesidad que algunos tienen por incorporarse a la vida laboral, o las diferentes etapas de conformación de identidad por las que atraviesan.

Lo anterior no quiere decir que esta labor de acercamiento a los públicos jóvenes sea irrealizable, sino que describe las dificultades del contexto al que se enfrentan los proyectos que se plantean iniciar investigaciones documentales sobre el tema.





▲ Figura 1. Jóvenes en un museo.  
Fotografía: © Leticia Pérez Castellanos.

“ Ante la ausencia de datos directos, la literatura me permitió detectar que la baja de asistencia de los jóvenes en esos países puede estar vinculada con tres factores principales: la falta de recursos económicos, la inexistencia de un sentido de pertenencia de los jóvenes hacia las instituciones culturales, y la pobre o nula oferta de actividades para ellos en los museos. ”

Uno de los primeros antecedentes de estudios de públicos juveniles, que documenta el proceso realizado por dos investigadoras y profesionales de museos para acercarse a conocer las opiniones e intereses de los jóvenes, fue realizado en el Museo Brooklyn de Nueva York hace casi cuarenta años. En él, las autoras Kathryn Andrews y Caroli Asia (1979), decidieron entablar un diálogo con adolescentes entre 14 y 19 años de zonas cercanas al museo para conocer más de ellos, y así plantear nuevos programas y actividades que el museo podría crear para este grupo de edad poco recurrente hasta entonces. En su informe, las autoras relatan las principales problemáticas que enfrentaron, como el hecho de que para tener contacto con los jóvenes tenían que hacerlo a través de estructuras educativas que limitaban la participación de algunos de ellos, pues los profesores suelen privilegiar la participación a un grupo selecto y no a la mayoría de sus estudiantes, con el objetivo de disimular algunas carencias de formación o el desinterés de algunos de los jóvenes. Entre los hallazgos de dicha investigación, destaca el hecho de que varios de los jóvenes participantes mencionaron su interés por coleccionar objetos significativos para ellos, así como por socializar con sus pares, lo cual se relaciona directamente con el quehacer del museo. Las autoras comprendieron que para cautivar el interés de los jóvenes es fundamental que las actividades propuestas por el museo permitan hacerse junto con los amigos.

Años más tarde, en el Reino Unido, durante el periodo de gobierno conocido como New Labour —encabezado primero por Tony Blair y más adelante por Gordon Brown (1994-2010)—, se promovió la realización de acciones para jóvenes desde las instituciones culturales, en el marco de una política cultural que pretendía brindar una mayor justicia social, y la inclusión de grupos que habían sido marginados en este tema. Dicha iniciativa dio impulso a una gran cantidad de estudios relacionados con la interacción de los jóvenes en las instituciones culturales, los cuales sirvieron para dar forma a programas y actividades que actualmente se llevan a cabo en museos de esa región y que nos sirven como referencia de estudio.



A partir de esas experiencias documentadas podemos reflexionar en el hecho de que la inclusión de nuevas audiencias juveniles, para ser expansiva requiere, además de la voluntad del propio museo, del apoyo de los sectores educativos y políticos relacionados a la cultura. Este es un compromiso que solo puede convertirse en un proyecto a largo plazo si logra permear las esferas personales, sociales y políticas.

### Una propuesta: los grupos de asesores adolescentes

Especialistas en museos como Eilean Hooper-Greenhill (2000), han mencionado la necesidad de establecer y mantener nuevos canales de comunicación entre el museo y sus públicos. La autora retomó un concepto que proviene de la teoría literaria, el de las “comunidades interpretativas”, y lo adaptó al contexto del museo para referirse a aquellos grupos de personas con características afines que comparten maneras similares de leer, comprender y construir significados a partir de la experiencia. La autora ha explicado la relevancia de que el museo pueda establecer un intercambio intelectual con estas comunidades interpretativas para alentar la diversidad de lecturas y la creación de significados personales de cada visitante.

Una manera de llevar a cabo este proceso es invitar a los jóvenes a compartir sus opiniones y reflexiones en el contexto del museo. En este sentido, un grupo asesor adolescente puede permitir que el museo reciba este tipo de colaboraciones en voz de sus propios interlocutores. Llamamos grupos asesores adolescentes (GAA) a la organización de comités o grupos sociales, más o menos estructurados dependiendo de cada museo, en los que se dan cita jóvenes de cierto rango de edad, con características culturales, educativas y socioeconómicas semejantes, quienes son seleccionados mediante un proceso interno del museo para asistir a actividades especiales diseñadas por la institución con el objetivo de fomentar su interés. En estos espacios de diálogo e intercambio con el museo, los jóvenes pueden co-crear y participar en actividades específicas de la institución (Jara, 2017: 44).

En el desarrollo de la investigación realizada, se eligieron cinco casos de estudio de museos que han puesto en marcha grupos asesores adolescentes. Se seleccionaron ejemplos de Estados Unidos y España —ya que aún no existen casos documentados en México— que tienen como características en común con el Museo de Arte Carrillo Gil el hecho de que pertenecen a museos de arte moderno y contemporáneo, y cuyos grupos se mantienen vigentes y operando en el presente. Los casos de estudio revisados fueron: el Museo de Arte Contemporáneo de San Diego (MACSD), el Museo Metropolitano de Nueva York (MET), el Museo Brooklyn (MB), el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía de Madrid (MNCARS) y el Centro de Arte Dos de Mayo de Madrid (CA2M).

En estos casos, se identificaron las principales características de su organización y las actividades que proponen para los participantes, por ejemplo: que se encuentren en un rango de edad de entre 13 y 21 años, que los grupos estén conformados de diez a veinte jóvenes aproximadamente, y que la participación propuesta para los jóvenes tenga una duración de nueve meses a un año.

En ese análisis también identificamos las complejas etapas de planeación, ejecución y evaluación que se requieren en su puesta en marcha. Por ejemplo, tomar en cuenta que un aspecto fundamental de la conformación del grupo asesor adolescente se define en el proceso de la convocatoria, pues este paso dará forma a lo que será un grupo con perfiles más o menos heterogéneos entre los participantes. Es decir, a medida que se incrementan los requerimientos para la inscripción, se reduce la diversidad de perfiles y contextos, lo que debe ser un elemento a tomar en cuenta por el museo dependiendo de las actividades e intercambios que proponga realizar. En los casos analizados en la investigación se encontró que tres de los cinco museos seleccionados (MACSD, MET y MB) tienen convocatorias restrictivas con varios filtros en la participación, mientras que el MACSD y el CA2M, los dos museos españoles, tienen pocos requisitos para los jóvenes interesados, lo que nos hace pensar que el perfil del grupo que se genera en ellos es más diverso.

En cuanto a las principales actividades que se realizan en los grupos asesores adolescentes analizados encontramos las siguientes: la exploración de temas del arte contemporáneo, diálogo con artistas locales, actividades creativas a partir del estudio de las colecciones del museo, formación de aprendices o guías de museos y creación de contenidos para blogs o medios digitales. Todas ellas podrían ser implementadas en el Museo de Arte Carrillo Gil por ser acordes con su misión. Por medio de estas actividades los museos propician el diálogo, la expresión creativa y el aprendizaje compartido, alentando así los procesos de inclusión y participación.

En la creación de un grupo asesor adolescente, es importante considerar cuál será el seguimiento posterior que el museo dará a los participantes una vez concluido el proyecto, pues este aspecto está relacionado con la expectativa de consolidar nuevas audiencias que puedan ser visitantes recurrentes del museo. En estos casos de estudio, no encontramos indicios de que los jóvenes que participan en los grupos asesores analizados reciban algún privilegio o invitación posterior para seguir asistiendo al museo como podrían ser descuentos o invitaciones a eventos especiales; sin embargo, es un área de oportunidad que podría repercutir positivamente tanto en la experiencia de los jóvenes como en el futuro del museo.

Con la información obtenida en los casos de estudio descritos y volviendo al Museo de Arte Carrillo Gil, consideramos que existen diversos ámbitos de acción del museo en los que hay oportunidades para la incorporación y valorización de las voces juveniles. Una de las principales es la co-creación de actividades que resultarán de interés para otros jóvenes, las cuales pueden ser lúdicas, formativas o de socialización, y que permiten abrir nuevas formas de comunicación con audiencias hasta ahora no representativas. Otra posibilidad es la colaboración de los jóvenes como aprendices, guías o talleristas en el museo. Los jóvenes también podrían aportar sus ideas para la co-creación de exposiciones, materiales de difusión, guías impresas o digitales para jóvenes y podrían dialogar con artistas y curadores sobre sus trabajos y, en especial, sobre temas de la juventud.

Se desprende entonces que, el museo, para que sea socialmente relevante, tendría que enfocar esfuerzos en permitir que los visitantes, en este caso los jóvenes, desarrollen un sentido de apropiación y pertenencia del recinto. Nina Simon (2010) propuso que la apropiación del museo es resultado de la participación activa, ya que esto permite al visitante generar experiencias que lo vinculan con los contenidos y con otros visitantes, creando así un sentido de comunidad. Conforme a lo dicho por Simon, Jara (2017:12) aplica los tres valores institucionales que son la base de los proyectos participativos:

1. Las contribuciones y la participación del público son relevantes.
2. La confianza en las habilidades del participante es fundamental.
3. La institución debe ofrecer una respuesta a las acciones y contribuciones de los participantes; es decir, debe existir una reciprocidad.

Sin embargo, en el análisis de la situación actual del Museo de Arte Carrillo Gil, encontramos diversos motivos para pensar que las políticas públicas en las que se inscribe —como son su ubicación geográfica, las limitaciones de su inmueble, los presupuestos restringidos, la falta de continuidad a los proyectos de mediano plazo o la resistencia natural a la creación de nuevas dinámicas de trabajo— podrían no resultar las idóneas para iniciar un proyecto con jóvenes.

### A manera de conclusión

La realización de estudios de públicos desde metodologías documentales, nos brinda nuevas formas de pensar el museo y a sus potenciales públicos desde diferentes perspectivas, aplicando revisiones de casos de estudio de otros países, como la que se presenta en este texto. Con ello se amplían las posibilidades para que los museos puedan atraer a nuevos públicos; sin embargo, es muy importante tomar en cuenta que al hacer traducciones o versiones locales de los proyectos de otros países, se

requiere hacer una revisión del contexto y pertinencia del museo en particular, así como de la misión y visión que la institución tenga.

Si bien la conformación de un grupo asesor adolescente en el Museo de Arte Carrillo Gil no se concretó como se había planteado inicialmente, la investigación documental realizada nos acercó a nuevos horizontes en el trabajo con públicos jóvenes. En primer lugar nos permitió reconocer el valor de los aportes de los participantes en la co-creación de actividades; es decir, el cambio de perspectiva del museo en busca de diálogos horizontales e incluyentes con sus visitantes. Por otro lado, para que estas iniciativas puedan llevarse a cabo se requiere que sean prioritarias para la institución, pues de otra manera los esfuerzos resultan insuficientes para darles continuidad y seguimiento. Finalmente, los resultados obtenidos con esta investigación nos reiteran que, a pesar de las dificultades que implican, los proyectos de acercamiento entre nuevas audiencias y los museos son una inversión valiosa de tiempo, recursos y esfuerzos. De esta manera, se fortalece la diversidad, la multiculturalidad, el diálogo y el trabajo ético de los museos hacia sus públicos.

## Referencias

- Andrews, K. y Asia, C. (1979). Teenagers' attitudes about art museums. *Curator: The Museum Journal*. DOI:10.1111/j.2151-6952.1979.tb00949.x.
- Australian Museum (2016a). *Australian Museum Evaluation Report*. Recuperado de <http://australianmuseum.net.au/australian-museum-evaluation-reports>.
- Australian Museum (2016b). *Audience Research - Focus Groups*. Recuperado de <http://australianmuseum.net.au/audience-research-focus-groups>.
- Conaculta (2010a). *Estudio de visitantes a museos 2010*. Recuperado de [http://sic.conaculta.gob.mx/estudios\\_publico/17.pdf](http://sic.conaculta.gob.mx/estudios_publico/17.pdf).
- Conaculta (2010b). *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales 2010, Distrito Federal*. Recuperado de [http://www.cultura.gob.mx/encuesta\\_nacional/#.V4bwgFfLLIM](http://www.cultura.gob.mx/encuesta_nacional/#.V4bwgFfLLIM).
- Hooper-Greenhill, E. (2000). Education, communication and interpretation: towards a critical pedagogy in museums. *The Educational Role of the Museum*. Londres: Routledge.
- Illeris, H. (2005). Young people and contemporary art. *International Journal of Art & Design Education*, 24 (3), pp. 231-242.
- Imjuve (2014). *Programa Nacional la Juventud 2014-2018*. Recuperado de <http://www.imjuventud.gob.mx/imgs/uploads/PROJUVENTUD2014new.pdf>.
- INEGI (2017). Porcentaje de población de 15 a 29 años en 2015. Recuperado de <http://www.beta.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=09#>.
- Jara, L. (2017). Carrillo Gil, joven y contemporáneo. Proyecto para la conformación de un grupo de asesores adolescentes en el Museo de Arte Carrillo Gil. (Tesis de Maestría). Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía "Manuel Del Castillo Negrete" del Instituto Nacional de Antropología e Historia.



- Laaksonen (dir); C. Feixa; R. Huq, L. Suurpää, L. Varbanova (2010). *Access of Young People to Culture, European Commission's Education, Audiovisual and Culture Executive Agency (EACEA) Brussels, 2010. EACEA/2008/01 (OJ 2008/S 91-122802)*. Recuperado de [http://ec.europa.eu/youth/policy/youth\\_strategy/documents/study-on-youth-access-to-culture-full-report](http://ec.europa.eu/youth/policy/youth_strategy/documents/study-on-youth-access-to-culture-full-report).
- Museo Carrillo Gil (2016a). *Alvar Carrillo Gil. Yucatán, México, 1898 - 1974*. Recuperado de <http://www.museodeartecarrillogil.com/coleccion/artistas-de-la-coleccion/alvar-carrillo-gil>.
- Pontin, K. (2009). Why young people? Attracting a new audience to our museums. En: Bellamy, K. y Oppenheim, C. (ed.), *Learning to Live. Museums, Young people and education*. Institute for Public Research and National Museum Director's Conference. Londres, pp. 103-112.
- Simon, N. (2010). *The Participatory Museum*. Museum 2.0. Recuperado de <http://www.participatorymuseum.org/>.
- Sowton, C. (2014). A Review of Literature on Young People's Motivation and Gallery Engagement. ARTIST ROOMS Research Partnership. Recuperado de <http://www.tate.org.uk/research/research-centres/learning-research/working-papers/young-peoples-motivation>.
- Statistics Denmark (2016). *Museums and cultural heritage*. Recuperado de <https://www.dst.dk/en/Statistik/emner/museer-og-kulturarv>.
- Tzibazi, V. (2013). Participatory Action Research with young people in museums. *Museum Management and Curatorship*, 28 (2), pp. 153-171.
- Unicef-México (s. f.). La adolescencia. Recuperado de [http://www.unicef.org/mexico/spanish/ninos\\_6879.htm](http://www.unicef.org/mexico/spanish/ninos_6879.htm).