

Los museos y lo digital: el dilema del rol de la tecnología en los espacios museísticos

Alejandro Egea Vivancos, Laura Arias Ferrer | Universidad de Murcia

URL de la contribución <www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/5764>

Las grandes tecnológicas y empresas de telecomunicaciones insisten una y otra vez en la necesidad de llenar nuestra vida, las aulas, y también los museos, de herramientas digitales. Han insistido tanto, y lo han hecho tan bien, que la ola digital vivida en la última década puede considerarse un auténtico tsunami. En las aulas los libros digitales y las tabletas van camino de desplazar los libros de texto para, en la mayoría de las ocasiones, ofrecer los mismos contenidos, pero a través de una pantalla (Meseguer Gil, Arias Ferrer y Egea Vivancos 2022). En el caso de los museos, esta ola tecnológica ha desplazado a un segundo plano las otrora tan habituales maquetas, audio guías y audiovisuales, en beneficio de pantallas interactivas, dispositivos que ofrecen realidad virtual aumentada o, por qué no, realidad virtual inmersiva. A veces ambos mundos conviven a través de los códigos QR, altamente frecuentes en las paredes de los museos y que abren la puerta a este mundo digital.

¿Cambios positivos o negativos? La realidad es que la investigación sobre los beneficios de este uso y su comparación con aquellos recursos que se pueden llamar tradicionales sigue siendo escasa. Es cierto que la mayoría de los trabajos destacan la alta motivación que se puede conseguir, especialmente entre la juventud, pero poco dicen de que mejore retención, captación, aprendizaje, etc. Al revés, la investigación existente suele mostrar resultados muy pobres si de estos aspectos se trata.

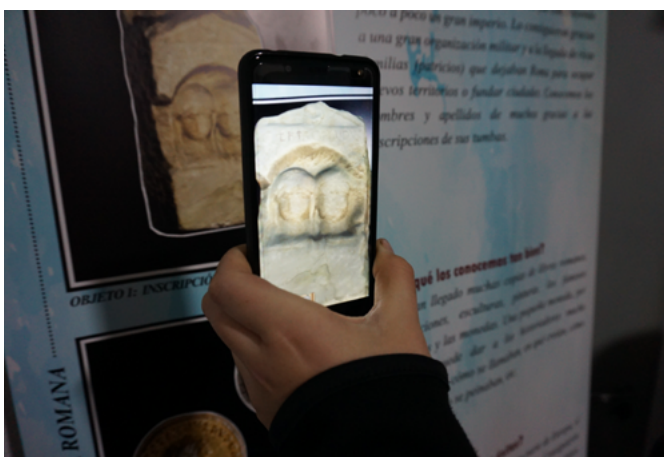
Los museos y demás espacios patrimoniales se han digitalizado y, en realidad, poco sabemos de la calidad de esos procesos de enseñanza-aprendizaje que se esperan de este tipo de herramientas (Ibañez-Etxeberria et ál. 2014).

Por otro lado, los espacios museísticos, salvo contadas excepciones en cada país, cuentan con presupuestos muy limitados (Santacana i Mestre y Llonch Molina 2008). Esto provoca una imagen bastante habitual en museos de pequeño o mediano tamaño: tecnología apagada o abandonada en ciertas salas por falta de capacidad económica para reparar o actualizar unos dispositivos que, en cuestión de un par de años, suelen quedar obsoletos. Es muy recurrente que los proyectos museográficos iniciales de un museo local o provincial puedan cubrir equipos para la inauguración pero que los presupuestos generales anuales de la institución responsable no permitan llevar a cabo tan necesaria actualización. Cada vez son más las direcciones de museos que recelan de llenar sus museos de tecnología.

No se equivoquen. No nos imaginen como personas contrarias a este tipo de herramientas, enamoradas de los museos tradicionales al uso. Nada más lejos. Pero es que la realidad de muchos museos es poderosa. Quizás sea imprescindible valorar esa rentabilidad de la inversión, una rentabilidad no solo económica sino también con relación a los beneficios que ofrece a los visitantes (motivación, comprensión, retención) y a los encargados del mantenimiento de los espacios museísticos (mantenimiento, actualización). Y es que en ocasiones se encuentran herramientas digitales que ofrecen prácticamente lo mismo que medios más tradicionales con un coste muchas veces superior. No es tampoco raro encontrar ciertos museos que ofrecen tabletas para visitar las salas o que incorporan elementos digitales en los espacios para así ofrecer al visitante un sinfín de información de corte académico y que no facilita la comprensión de lo que se visita u observa (Ibañez-Etxeberria y Kortabitarte 2016; Santacana i Mestre et ál. 2018). En

a debate *Uso y abuso de las herramientas digitales en educación patrimonial*

| coordinan Alex Ibañez-Etxeberria y Ursula Luna



Patrimonio y realidad virtual aumentada

efecto, en muchas ocasiones la tecnología se emplea para abrumar y no para aclarar. En estos casos, la rentabilidad en ese sentido global que comentamos es mínima, aunque mucho más *cool*, no hay duda.

En ocasiones, sin embargo, esa rentabilidad es clara. El patrimonio en general presenta un gran problema de interpretación por parte del gran público. Pongamos el caso del patrimonio arqueológico, un tipo de patrimonio que requiere una gran capacidad de abstracción (Santacana i Mestre y Masriera Esquerra 2012). La tecnología permite la recreación de contextos, introducción de elementos de juego para favorecer la comprensión, interactuar directamente con el pasado, mostrar información perdida, etc. Así, la realidad aumentada o virtual ayuda a entender restos arqueológicos incomprensibles para el gran público. Estrategias gamificadas en pantallas interactivas facilitan la comprensión de los más pequeños y, por qué no, de los más mayores. En otros tipos de patrimonio, como el etnológico o el inmaterial, el potencial que la tecnología ofrece es también indiscutible, al permitir la inclusión de recursos variados, historias de vida, testimonios visuales y sonoros, etcétera (Vicent et ál. 2020).

¿Cómo conseguir entonces que esa inversión en tecnología sea lo más provechosa posible? El discurso y el fin debe prevalecer sobre el uso de la tecnología y no al revés. Recientes trabajos abogan por un diseño

bien meditado de los contenidos de dichas herramientas digitales (Egea Vivancos y Arias Ferrer 2020). En primer lugar, es necesario meditar concienzudamente cuál va a ser la idea central que vertebra el discurso museístico y qué rol juega la herramienta digital seleccionada. Hay que pensar cuidadosamente qué se quiere transmitir y cuál es su función comunicativa en el discurso y visita del museo, cómo lo van a emplear los usuarios (individuos, familias o grupos) y qué papel puede jugar para los mediadores del museo. Es necesario reflexionar, además, en por qué es relevante, por qué ese aspecto incluido mediante herramientas digitales debe ser contado, y en qué contribuye la tecnología para el fin propuesto. Puede haber más de una idea, claro, pero una de ellas debe prevalecer. Sobre esta, si se quiere conseguir una elevada retención por el visitante hay que insistir. Por ello, se podría decir que esa idea a transmitir debe viajar de una manera multimodal (visual, auditivo, textual). De este modo, se consigue que el tiempo empleado en el recurso, la aplicación, el juego, etc., consiga su fruto. Por supuesto, no se puede obviar que hay que mantener alto el interés o la motivación en el usuario. Estrategias gamificadas, ágiles, de calidad gráfica y narrativa, son claves, pero tener en cuenta quién es el público objetivo también. En muchas ocasiones se pre-



Patrimonio y actividades interactivas | fotos Alejandro Egea Vivancos, Laura Arias Ferrer

tende ofrecer el mismo producto a niños, adolescentes y adultos. Esto suele convertir a la herramienta en un “café para todos” que no termina de encajar puesto que los visitantes de los museos son diversos, no solo en edades sino en intereses. Finalmente, relacionar esos contenidos con cuestiones de alto valor cívico para entender mejor el presente a través de un viaje al patrimonio convierte el producto en algo más que un mero entretenimiento.

En conclusión, bien diseñadas, meditadas y valoradas, las herramientas digitales pueden ser muy positivas para la educación patrimonial, siempre que aporten algo que la exposición tradicional no pueda ofrecer por mucho menos dinero.

BIBLIOGRAFÍA

- Egea Vivancos, A. y Arias Ferrer, L. (2020) Principles for the design of a history and heritage game based on the evaluation of immersive virtual reality video games. *E-Learning and Digital Media*, vol. 18, n.º 4. Doi: <https://doi.org/10.1177/2042753020980103> [Consulta: 14/11/2024]
- Ibañez-Etxeberria, A., Vicent, N., Asensio, M., Cuenca, J.M., & Fontal, O. (2014). Learning in archaeological sites with mobile devices. *Munibe Antropologia-Arkeologia*, n.º 65, pp. 313-321. Disponible en: <https://doi.org/10.21630/maa.2014.65.18> [Consulta: 14/11/2024]
- Ibañez-Etxeberria, A. y Kortabitarte, A. (2016) *Plan Nacional de Educación y Patrimonio. Apps, Redes Sociales y Dispositivos Móviles en Educación Patrimonial*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte
- Meseguer Gil, A.J., Arias Ferrer, L. y Egea Vivancos, A. (2022) La arqueología en las aulas: Análisis de su representación en los libros de texto. En: Farrujá de la Rosa, A.J. (ed.) *Patrimonio cultural, género y educación. Los libros de texto como transmisores del conocimiento en primaria y secundaria*. Barcelona: Octaedro, pp. 107-128
- Santacana i Mestre, J., Asensio Brouard, M., López Benito, V. y Martínez Gil, T. (2018) *La evaluación de las “apps” en el patrimonio cultural*. Gijón: Trea
- Santacana i Mestre, J. y Llonch Molina, N. (2008) *Museo local: La cenicienta de la cultura*. Gijón: Trea
- Santacana i Mestre, J. y Masriera Esquerra, C. (2012) *La arqueología reconstructiva y el factor didáctico*. Gijón: Trea
- Vicent, N., Gillate, I., Campos-López, T. y Castrillo, J. (2020) Potencial educativo de apps de Memoria Histórica. Estudio de casos. *Aula Abierta*, vol. 49, n.º 1, pp. 35-43