

HER & MUS

HERITAGE & MUSEOGRAPHY

NÚMERO 26 · AÑO 2025 · EDICIONES TREA · ISSN 2462-6457

TREA



Tecnologías para la educación patrimonial

MONOGRAFÍAS

«Turdetania a la vista»: tecnologías para la interpretación de ámbitos patrimoniales complejos **JOSÉ GARCÍA FERNÁNDEZ | MARIBEL RODRÍGUEZ ACHÚTEGUI | IÑAKI IZARZUGAZA LIZARRAGA | FRANCISCO JOSÉ BLANCO ARCOS** ▶ Creació d'un documental històric en un entorn digital. Prova pilot del Projecte VIGEOCULT (Geoparc Orígens) i l'INS Tremp (Tremp, Pallars Jussà) **ORIOI DINARÈS CABRERIZO | XAVIER MIR PELLICER | ADRIANA MURÚA MARÍN** ▶ La difusión de la moda medieval conservada en España: Propuesta de creación de una Ruta Cultural a través de un sitio web **CAROLINA VEGA CABELLO** ▶ Educação Histórica e Patrimonial: Construção e Implementação de um Roteiro Digital do Patrimônio Histórico de Braga Medieval **CAROLINA VIANA GUIMARÃES | GLORIA SOLÉ** ▶ Evaluación de las opiniones del público visitante sobre la introducción de recursos digitales en la nueva exposición permanente del Museo Nacional de Antropología de Madrid **GLORIA MARÍA PÉREZ NOVILLO** ▶ La potencialidad frente al aprovechamiento: el uso de los recursos web de los museos desde la escuela **VICTORIA FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ | MIGUEL ÁNGEL SUÁREZ SUÁREZ | ROSER CALAF MASACHS** ▶ Ancestors: un videojuego para trabajar el patrimonio prehistórico

de Atapuerca. Una propuesta didáctica para secundaria **MIGUEL FERNÁNDEZ CÁRCAR** ▶ Desarrollo de pensamiento crítico en el uso de IA como herramienta de apoyo a estudiantes universitarios en el análisis de obras de arte **IRENE PÉREZ LÓPEZ** ▶ IA, patrimonio y formación del profesorado: oportunidades y riesgos percibidos por los/as futuros/as docentes **ROSARIO GÓMEZ ALCALDE | LETICIA LÓPEZ-MONDÉJAR | ANA PORTELA FONTÁN | JORGE CONDE MIGUÉLEZ**

ARTÍCULOS DE TEMÁTICA LIBRE

Uma experiência educativa de salvaguarda do património cultural imaterial através da literatura popular de tradição oral (as lendas) no ensino e aprendizagem da História **GLÓRIA SOLÉ** ▶ Trabajar en los museos desde el feminismo: Creando espacios laborales de igualdad y bienestar **LILIANE INÉS CUESTA DAVIGNON** ▶ La influencia económica y educativa de los museos en España: educación patrimonial y desafíos antes y después de la pandemia de COVID-19 **JESÚS RAMOS PÉREZ** ▶ La Aplicación del algoritmo de agrupamiento K-means al estudio de las estatuas-columna románicas **JOSÉ MANUEL GARCÍA MARTÍN**

MISCELÁNEA



Universitat de Lleida
Departament de Ciències
de l'Educació

HER & MUS

HERITAGE & MUSEOGRAPHY

26



NÚMERO 26, AÑO 2025

Tecnologías para la educación patrimonial



Universitat de Lleida
Departament de Ciències
de l'Educació

TREA

HERMUS

HERITAGE & MUSEOGRAPHY

Dirección Nayra Llonch Molina	Universitat de Lleida	Imagen de cubierta <i>Fuente: Espiral Patrimonio</i>
Secretaria científica Clara López Basanta	Universitat de Lleida	
Coordinación del número María Pilar Rivero Gracia Iñaki Navarro-Neri	Universidad de Zaragoza Universidad Pública de Navarra	
Consejo de redacción Marc Ballesté Escorihuela Beatrice Borghi Roser Calaf Masachs Laia Coma Quintana José María Cuenca López Antonio Espinosa Ruiz Enric Falguera Garcia Olaia Fontal Merillas Carolina Martín Piñol Joaquim Prats Cuevas Pilar Rivero García Guillem Roca Cabau Gonzalo Ruiz Zapatero Moisés Selfa Sastre	Universitat de Lleida Università di Bologna Universidad de Oviedo Universitat de Barcelona Universidad de Huelva Vila Museu. Museo de La Vila Joyosa Universitat de Lleida Universidad de Valladolid Universitat de Barcelona Universitat de Barcelona Universidad de Zaragoza Universitat de Lleida Universidad Complutense de Madrid Universitat de Lleida	
Consejo asesor Leonor Adán Alfaro Silvia Alderoqui Konstantinos Arvanitis Mikel Asensio Brouard Darko Babic José María Bello Diéguez John Carman Glòria Jové Monclús Javier Martí Oltra Clara Masriera Esquerra Ivo Mattozzi Maria Glòria Parra Santos Solé Pepe Serra Jorge A. Soler Díaz Sebastián Molina Puche	Universidad Austral (Chile) Museo de las Escuelas de Buenos Aires (Argentina) University of Manchester (Reino Unido) Universidad Autónoma de Madrid Universidad de Zagreb (Croacia) Museo Arqueológico e Histórico da Coruña Birmingham University (Reino Unido) Universitat de Lleida Museo de Historia de Valencia Universitat Autònoma de Barcelona Libera Università di Bolzano (Italia) Universidade do Minho (Portugal) Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC) Marq-Museo Arqueológico de Alicante Universidad de Murcia	
Envío de originales	http://raco.cat/index.php/Hermus/index	
Dirección editorial Compaginación	Ediciones Trea Alberto Gombáu [Proyecto Gráfico]	

PRESENTACIÓN

- 4 Tecnologías para la educación patrimonial
MARÍA PILAR RIVERO GRACIA
IÑAKI NAVARRO-NERI

MONOGRÁFICO

- 9 «Turdetania a la vista»: tecnologías para la interpretación de ámbitos patrimoniales complejos
JOSÉ GARCÍA FERNÁNDEZ
MARIBEL RODRÍGUEZ ACHÚTEGUI
IÑAKI IZARZUGAZA LIZARRAGA
FRANCISCO JOSÉ BLANCO ARCOS
- 25 Creació d'un documental històric en un entorn digital. Prova pilot del Projecte VIGEOCULT (Geoparc Orígens) i l'INS Tremp (Tremp, Pallars Jussà)
ORIOL DINARÈS CABRERIZO
XAVIER MIR PELLICER
ADRIANA MURÚA MARÍN
- 50 La difusión de la moda medieval conservada en España: Propuesta de creación de una Ruta Cultural a través de un sitio web
CAROLINA VEGA CABELLO
- 73 Educação Histórica e Patrimonial: Construção e Implementação de um Roteiro Digital do Património Histórico de Braga Medieval
CAROLINA VIANA GUIMARÃES
GLORIA SOLÉ
- 86 Evaluación de las opiniones del público visitante sobre la introducción de recursos digitales en la nueva exposición permanente del Museo Nacional de Antropología de Madrid
GLORIA MARÍA PÉREZ NOVILLO
- 102 La potencialidad frente al aprovechamiento: el uso de los recursos web de los museos desde la escuela
VICTORIA FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ
MIGUEL ÁNGEL SUÁREZ SUÁREZ
ROSER CALAF MASACHS
- 122 Ancestors: un videojuego para trabajar el patrimonio prehistórico de Atapuerca. Una propuesta didáctica para secundaria
MIGUEL FERNÁNDEZ CÁRCAR
- 142 Desarrollo de pensamiento crítico en el uso de IA como herramienta de apoyo a estudiantes universitarios en el análisis de obras de arte
IRENE PÉREZ LÓPEZ
- 161 IA, patrimonio y formación del profesorado: oportunidades y riesgos percibidos por los/as futuros/as docentes
ROSARIO GÓMEZ ALCALDE
LETICIA LÓPEZ-MONDÉJAR
ANA PORTELA FONTÁN
JORGE CONDE MIGUÉLEZ

TEMÁTICA LIBRE

- 180 Uma experiência educativa de salvaguarda do património cultural imaterial através da literatura popular de tradição oral (as lendas) no ensino e aprendizagem da História
GLÓRIA SOLÉ
- 201 Trabajar en los museos desde el feminismo: Creando espacios laborales de igualdad y bienestar
LILIANE INÉS CUESTA DAVIGNON
- 219 La influencia económica y educativa de los museos en España: educación patrimonial y desafíos antes y después de la pandemia de COVID-19
JESÚS RAMOS PÉREZ
- 237 La Aplicación del algoritmo de agrupamiento K-means al estudio de las estatuas-columna románicas
JOSÉ MANUEL GARCÍA MARTÍN

MISCELÁNEA

- 257 Pérez Mateo, S. (2024). *Cartografías de lo cotidiano. La comunicación en la casa museo*. Edit.um. Ediciones de la Universidad de Murcia
LILIANE INÉS CUESTA
- 261 De Miguel González, R., & Rivero Gracia, P. (Eds.). (2026). *Geospatial Technologies for Heritage Education*. Springer Cham
DANIEL CAMUÑAS GARCÍA



«Análisis de procesos cocreativos digitales de educación patrimonial integrando inteligencia artificial» (I+D+i PID2023-151254OB-I00) financiado por MCIN/ AEI/10.13039/501100011033/ y FEDER. Una manera de hacer Europa

MONOGRAFÍAS

Evaluación preliminar para la nueva exposición permanente del Museo Nacional de Antropología de Madrid: participación y recursos digitales

Preliminary evaluation for the new permanent exhibition of the National Museum of Anthropology of Madrid: participation and digital resources

GLORIA MARÍA PÉREZ NOVILLO

Gloria María Pérez Novillo

Universidad Complutense de Madrid

gloper01@ucm.es

Recepción del artículo: 26-02-2025. Aceptación de su publicación: 09-06-2025

RESUMEN

La elaboración de una nueva exposición para el Museo Nacional de Antropología de Madrid (MNA), ha requerido de la aplicación de estrategias de análisis como la evaluación exploratoria preliminar. La utilización de esta metodología ha permitido especificar el nivel de conocimientos del público y sus expectativas e ideas acerca del museo. A través de este sistema se han obtenido una serie de resultados medibles sobre la opinión que les merece a los/as visitantes la exposición actual del MNA y cómo querían que fuera la nueva exhibición permanente. La exploratoria realizada, a través de un cuestionario físico pasado en el museo, ha dado a conocer qué clase de recursos digitales, discursivos, visuales, sonoros, etcétera, se prefieren para esta nueva experiencia. En general, se ha percibido la necesidad de incluir elementos que le permitan al público visitante tener un encuentro más inmersivo e interactivo en el museo, pero sin dejar de lado la presencia de elementos expositivos más clásicos. De esta forma es posible contextualizar los soportes digitales a través de las propias piezas exhibidas.

PALABRAS CLAVE

evaluación, museos, participación, recursos digitales, exposición, antropología

ABSTRACT

The development of a new exhibition for the National Anthropology Museum of Madrid has required the application of strategies such as the preliminary evaluation. The use of this methodology allowed us to specify the level of knowledge of the public and their expectations and ideas about the museum. Through this system, a series of measurable results have been obtained from the visitor's opinion of the current MNA exhibition and what they would like the new permanent display to be like. The exploratory survey, through a physical questionnaire at the museum, has revealed what kind of digital, discursive, visual, sound, etc., resources are preferred for this new experience. In general, it was perceived the need to include elements that allow the visiting public to have a more immersive and interactive encounter in the museum, but without leaving aside the presence of a more classical display. This makes it possible to contextualize the digital media through the exhibits that are presented.

KEYWORDS

evaluation, museums, participation, digital resources, exhibition, anthropology

INTRODUCCIÓN

La concepción de los museos se ha ido transformando a lo largo del tiempo al hilo del desarrollo de las dinámicas socioculturales. Estas instituciones han tenido que desvincularse de su imagen tradicional para incluir la diversidad cultural y social, el desarrollo tecnológico y digital, la igualdad de género, la convivencia intercultural, etcétera (Albero, 2017; Brown et al., 2020; Consuegra, 2019, entre otros y según el tema investigado). Por ello, los museos han generado nuevas estrategias para situar a los/las visitantes en el centro, de manera que sus experiencias no sean exclusivamente contemplativas, sino que se abogue por una participación más activa (Hernández, 2001, 2006; Lorente, 2012; Navajas, 2020a, 2020b). De hecho, esta actitud remite directamente a la labor promovida por el ICOM, ya que pretenden conseguir que los museos actúen como espacios abiertos a la sociedad (Mairesse, 2019, p. 40).

Los museos del siglo XXI buscan que el público general tenga un papel destacado en sus procesos de gestión, lo cual ha generado que la museología actual negocie los cambios expositivos. Todo ello, con el fin último de alcanzar la democratización de la cultura (Arrieta, 2014, p. 11). Así se evita la imposición de narrativas obsoletas que pueden dejar de interesar a las personas a medio-largo plazo. Sin embargo, la participación no significa únicamente dar voz o empoderar a los/as visitantes, sino también generar experiencias que favorezcan el aprendizaje de las personas y a los propios museos (Davidson, 2017, p. 78). Mucho de esto ha sido posible por la influencia de las herramientas digitales en el ámbito cultural, precisamente porque, por un lado, ayudan a las instituciones a transmitir mejor sus contenidos y a generar un mayor *engagement*. Por el otro, parece percibirse una mayor retención de información en el público como resultado de esa interacción (López y Santacana, 2013, p. 9 y 11).

El uso de las tecnologías de la información y la comunicación -en adelante TIC- en las instituciones museísticas no es una novedad en la actualidad. No obstante, se tuvo que esperar a que la museología superase sus atribuciones coleccionistas y conservacionistas para alcanzar un cambio conceptual y metodológico real (Carbonell-Currado y Viñarás, 2021, p. 82-83). Desde los últimos 20 años aproximadamente, las TIC han tomado más fuerza debido al avance tecnológico (Radicelli-García y Pomboza-Floril, 2022, p. 83) y al acelerón propiciado por la pandemia a partir del año 2020 (Castellanos y Pérez, 2022, p. 277). Algunas de las justificaciones para que los museos se hayan servido de los soportes digitales como método didáctico y de transmisión de informa-

ción se fundamentan en: 1) las posibilidades museográficas y de interpretación del patrimonio; 2) la facilidad para impulsar nuevas formas de comunicación y de participación; 3) el favorecer la interacción del público con los contenidos expuestos; y 4) la mejora en el aprendizaje por la retención de conocimientos (López y Santacana, 2013, p. 9). Ante este hecho, se evidencia que las TIC dinamizan los contenidos expositivos tradicionales y permiten responder a las necesidades de los públicos (Radicelli-García y Pomboza-Floril, 2022, p. 84). Así es como las herramientas digitales conforman un «rasgo propio de la cultura y de las sociedades del siglo XXI» (López y Santacana, 2013, p. 14).

Mucho de lo expuesto anteriormente se debe a la intención de los museos por mejorar y actualizar sus estrategias comunicativas y expositivas para relacionarse con sus públicos (Carbonell-Currado y Viñarás, 2021, p. 82-83). El problema, tal y como señala el ICOM, es que muchas de estas instituciones no han experimentado una verdadera revolución digital (Carbonell-Currado y Viñarás, 2021, p. 85) y que más bien se están amoldando a la brecha digital existente de la mejor manera que pueden. Además de que muchas veces no se cuenta con la opinión de los públicos a la hora de incluir estas facilidades, ni siquiera cuando son ellos los que primeramente van a beneficiarse de estos recursos.

A raíz de la creación del Laboratorio Permanente de Público de Museos en el año 2008 se evidenció una tendencia concreta dentro de los Museos Estatales españoles: la elaboración de estudios de público en estas instituciones. Dicha tendencia tenía la intención de conocer más rigurosamente las características definitorias de los/as visitantes de los museos y cómo estos/as se relacionan con la institución, qué expectativas se tienen de los museos y cuáles son los principales tipos de personas que los visitan, entre otras cuestiones de interés que se recogen (Laboratorio Permanente de Público de Museos, 2011). A partir de la elaboración de este estudio citado se generó una nueva mirada a la hora de preparar y pensar las exposiciones temporales y las actividades educativas que proponían los museos y es algo que marcó desde entonces al Museo Nacional de Antropología -en adelante MNA-. Sin embargo, esta actitud de conocer las opiniones del público fue una acción que el propio museo inició en el año 2005, a través de la elaboración de un cuestionario de satisfacción de todas las actividades y exposiciones temporales que se han sucedido en la institución. El principal problema es que no se planteó una metodología para el análisis de estos cuestionarios, por lo que la información que se estaba obteniendo de ellos no quedaba clara, no tenía un objetivo final y no parecían útiles para adquirir conclusiones.

En cualquier caso, el MNA lleva adoptando (desde el año 2014) una serie de objetivos concretos para la renovación de su exposición, ya que los nuevos museos de antropología pretenden ser espacios abiertos y diversos. Así la nueva dirección del MNA¹, se adscribe a los planteamientos de la museología crítica y la museología social, la cual defiende la recuperación del elemento social y humano, la implementación de la pedagogía y la creación de corresponsabilidades a diferentes escalas en estas instituciones (Navajas, 2020b, p. 136). La intención final detrás de este proceso de renovación expositivo es la de que sirva como punto de inflexión para la institución. Se intentará, como objetivo secundario, que el proceso coincida con el 150º aniversario del museo en este año 2025 (Sáez Lara, 2013, p. 31) para mostrar esa voluntad perseguida en el tiempo.

¹ En el año 2013 se realiza un relevo en la dirección de la institución, momento en el que entra el actual director del MNA, con una propuesta nueva (Ministerio de Cultura - Gobierno de España, s.f.).

OBJETIVOS

De cara a abordar la transformación en una organización cultural como la que nos ocupa, se trabajó la participación desde la denominada «teoría del cambio». A través de esta se busca identificar cuáles son las principales problemáticas a las que se enfrenta la entidad y desarrollar una serie de soluciones o acciones que consigan resolverlas (Rogers, 2014, p. 1-2). Este mecanismo de reconocimiento de casuísticas y de llegada a consensos, puede sentar las bases para que el personal funcionario del MNA las aplique en futuras decisiones a abordar y permitir, además, una reflexión conjunta.

En general, algunos de los principales objetivos que el museo pretende conseguir con la futura renovación expositiva son: el aumento de su relevancia social y su visibilidad en la ciudad; mejorar la apreciación de sus valores identitarios como un espacio democrático, plural y dialogador; optimizar su oferta cultural; y perfeccionar la prestación de servicios, entre otros aspectos a destacar. Para conseguir esos objetivos, primeramente, se consideró necesario lograr una serie de acciones que fomentaran la participación y la colaboración entre el museo y su público. Así, la evaluación le permitirá a la institución entender y aprender a dialogar con sus audiencias. Además de ayudar a los visitantes a reflexionar sobre la noción de museo y sobre lo que les gustaría que el MNA llegara a ser. En este sentido, los objetivos del proceso de la evaluación participativa son los siguientes:

- a. Dimensionar la experiencia de los públicos, tanto la presencial como la digital.
- b. Conocer qué opinión le merece a los/as visitantes los valores centrales del MNA y si la forma de presentarlos es la correcta.
- c. Entender cuáles son los principales problemas de la exposición permanente y si la inclusión de elementos digitales permitiría resolverlos.
- d. Sondar qué tipo de exhibición es la que se alinea mejor con las expectativas de los/as visitantes de la institución.

METODOLOGÍA

El MNA pretende abordar esta transformación partiendo de una serie de nuevos enfoques más acordes con el sentir de los públicos. La intención es implicar directamente a las personas y generar un intercambio de ideas continuado en el tiempo (Sáez, 2019). Por esta razón, la evaluación que se ha llevado a cabo en esta investigación ha permitido identificar el nivel de conocimiento del público y cuáles son sus expectativas e ideas de este. Tal tipo de análisis permite incrementar la probabilidad de que el mensaje expositivo final sea más comprensible para el/la visitante, pero al mismo tiempo estimule su interés e implicación emocional con la exposición. Con esta premisa parte este proyecto de investigación denominado *Estudio de público para el cambio de imagen y la renovación integral de las salas de exposición permanente del Museo Nacional de Antropología: un proceso participativo*², proyecto cuya IP es la Dra. Eloísa Pérez Santos³. La investigación está avalada por la Subdirección de Museos Estatales del Ministerio de Cultura y se contó con la ayuda y colaboración continuada del director del MNA, Fernando Sáez Lara, y de los/as trabajadores/as de la propia institución.

El proyecto aquí presentado se concibió para desarrollarse en diferentes fases y con un marco temporal amplio, aunque en este documento sólo se tratarán y se expondrán los resultados de la evaluación longitudinal realizada entre los meses de julio de 2023 y abril de 2024, denominada «evaluación exploratoria preliminar» realizada. Tal evaluación refiere al proceso de recogida de información y datos con los que analizar las opiniones, las expectativas y el conocimiento que tienen los/as visitantes sobre la exposición permanente actual del MNA, antes de que sufra una transformación -tanto museográfica como museológica-. En definitiva, pretende

² Contrato de investigación art. 6o LOSU núm. 354-2023.

³ Profesora Titular de la Facultad de Psicología de la UCM (epsantos@psi.ucm.es).



Figura 1. «Estación de participación» colocada junto al mostrador de entrada del museo.
Fuente: elaboración propia.

hacer una recopilación de datos previos con los que planificar los próximos cambios de la exhibición para ahorrar tiempo y recursos, pues se considera que, mediante la participación del público, se podrá garantizar el éxito de la nueva exposición.

Este proceso fue posible a través de un cuestionario físico realizado en el propio museo. También se creó un código QR, que se ubicó en diferentes espacios de la entidad para que en los momentos en los que no se estaban tomando datos presenciales, la gente pudiera resolver la pregunta de manera digital. Además, es la fase que apela directamente al público visitante, tanto extranjero como nacional, ya que no se estableció un límite concreto o de base para el sondeo realizado. En este sentido, se prefería la aleatoriedad de los perfiles para adquirir una visión global de las personas que suelen visitar el museo. Por tanto, para esta etapa se instaló lo que se llamó una «estación de participación permanente» en el museo (Figura 1).

En el proceso se recogieron un total de 483 cuestionarios para las 7 preguntas que se formularon entre los meses de julio y octubre del 2023. De estos cuestionarios, la mayoría -399 en total- se recogieron de manera presencial en la «estación de participación» antes mencionada y 84 de ellos a través del código QR. La muestra resultante estaba compuesta por un 53% de mujeres y un 44,72% de varones, aunque hubo alguna persona que prefirió no significarse o que se identificaban de otra manera (Gráfico 1). Dentro de la distribución de la muestra según la edad, se evidencia que el grupo mayoritario se encontraba entre los 31 a 50 años (31,47%), aunque seguidos de cerca por las personas de entre 15 a 30 años (30,43%) (Gráfico 2).

La mayor parte de las personas encuestadas residen en España

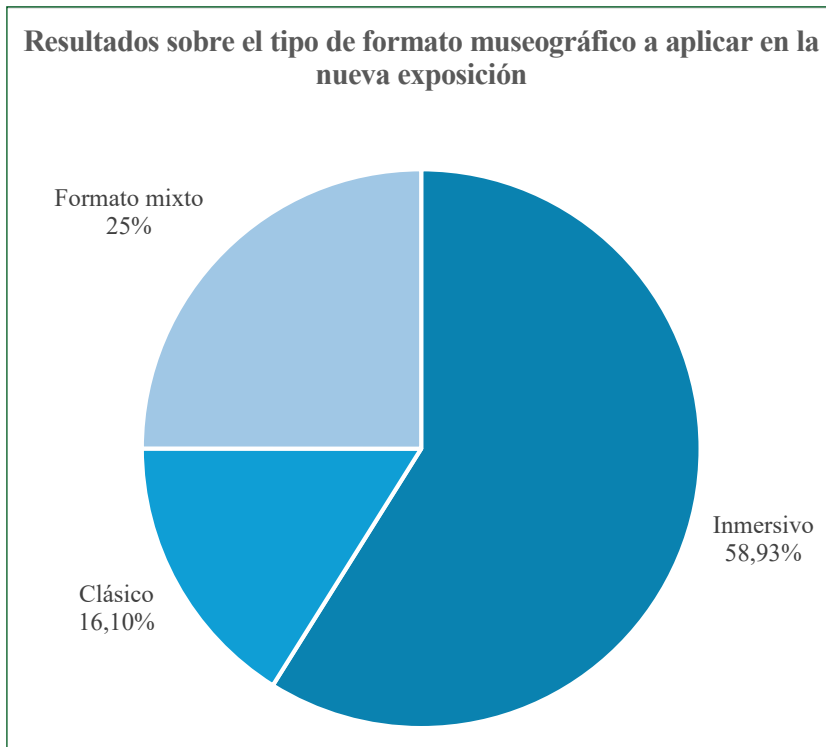


Gráfico 1. Distribución porcentual del género de las personas encuestadas. Figura: elaboración propia.

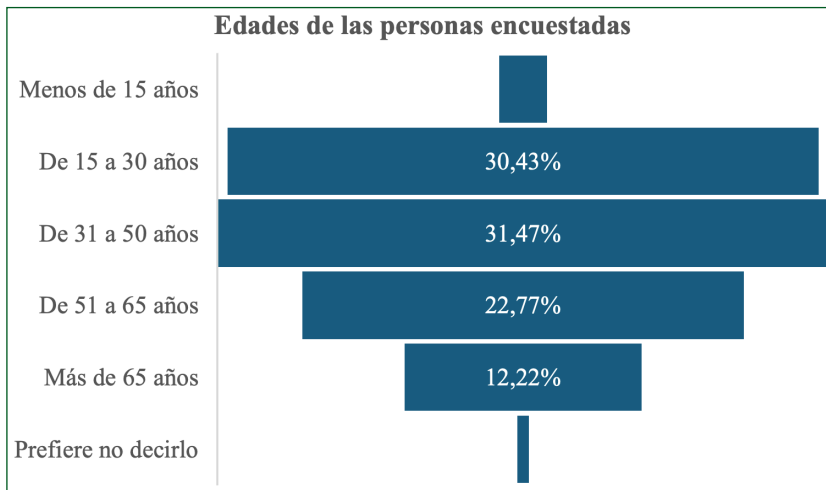
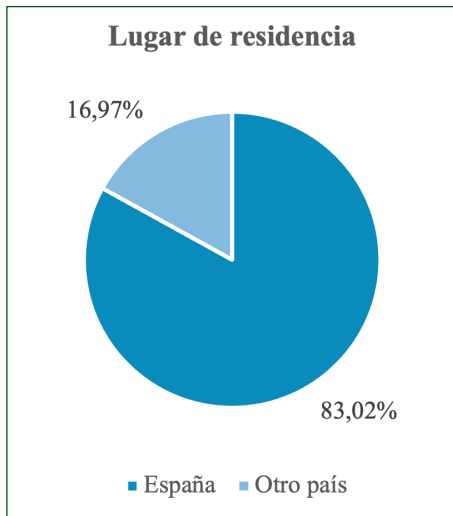


Gráfico 2. Distribución porcentual de la edad de las personas encuestadas. Figura: elaboración propia.

(83,02%), frente a un 16,97% que radican en el extranjero (Gráfico 3). A su vez, de entre estos/as visitantes, cuya residencia se sitúa en España, conocemos que proceden principalmente de la Comunidad de Madrid (60,04%) y, en menor medida, de Andalucía (4,14%), Castilla La Mancha (3,31%) y Cataluña (2,69%) (Gráfico 4). Cabe reseñar que algunos/as visitantes encuestados/as que residen en España nacieron en países extranjeros, de los cuales destacan: México (3,11%), Venezuela (1,86%) y Argentina (1,24%) (Gráficos 5).



En el caso de los/as visitantes encuestados/as y que residen en el
 Gráfico 3. País de residencia de las personas encuestadas.
 Figura: elaboración propia.

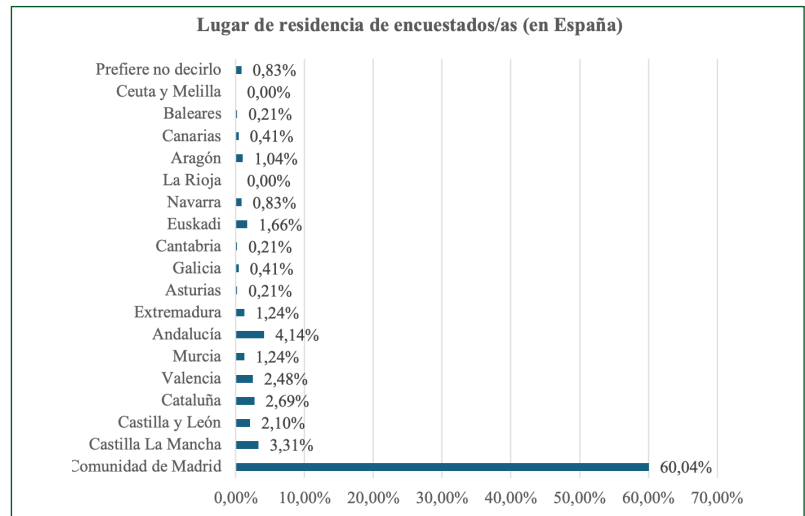


Gráfico 4. Distribución de procedencia dentro de España.
 Figura: elaboración propia.

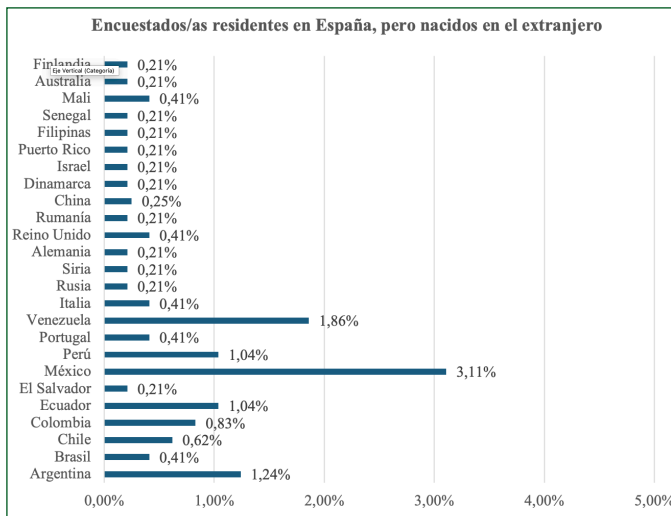


Gráfico 5. Países de procedencia de las personas extranjeras residentes en España. Fuente: elaboración propia.

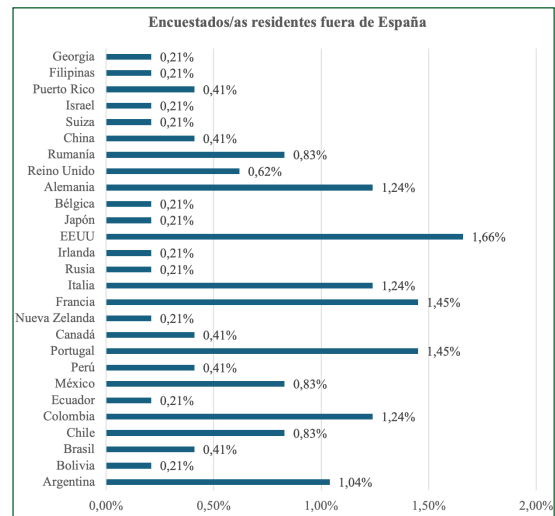


Gráfico 6. Países de procedencia de las personas extranjeras encuestadas. Fuente: elaboración propia.

extranjero, en primer lugar, nos encontramos con las que proceden de EE. UU. (1,66%), seguidas de Portugal y Francia con el mismo porcentaje (1,45%) (Gráfico 6).

RESULTADOS OBTENIDOS

Durante el proceso se formularon 7 preguntas, aunque en este caso y para el objetivo a debatir en este documento solo nos centraremos en una de ellas, la pregunta 2: «Algunos museos modernos utilizan distintos recursos y formatos para provocar una experiencia inmersiva, otros son más clásicos en cuanto a su formato y generan experiencias más contemplativas. ¿Cómo te imaginas el nuevo formato del MNA: más clásico o más inmersivo?». Cabe reseñar que se realizó una cuestión sobre la accesibilidad del museo, la pregunta número 6: «los museos no siempre son accesibles para todas las personas pues hay barreras físicas, sensoriales, cognitivas o sociales que lo dificultan. ¿Qué crees que podría hacer el nuevo MNA para ser más accesible e inclusivo para todas las personas?». De esta última se obtuvieron respuestas que hacían referencia a la inclusión de elementos digitales en la exposición con la intención de acercar los contenidos a todo tipo de personas. Sin embargo, no fue un aspecto altamente debatido, ni reseñado de manera cuantiosa por parte de las personas encuestadas, por lo que no se considerarán los resultados derivados en este documento.

Como puede verse, el formato de las preguntas realizadas es de tipo abierto, es decir, que el análisis de las respuestas resultantes es de tipo cualitativo. Por esta razón fue necesario hacer un primer cribado a través del uso del software Atlas.Ti. A través de este sistema se procesó la información textual recogida, sirviéndonos en el proceso del establecimiento de unas categorías/códigos. De esta manera, se pudieron agrupar los datos para generar un contenido cuantitativo que permitiera analizar la frecuencia de las respuestas. Así, se pudo crear una base de datos en Excel que pudo traspasarse después al programa SPSS (versión 29.0).

En total se obtuvieron 483 respuestas al cuestionario, de las cuales 55 se corresponden con la pregunta 2, estas fueron recogidas físicamente en el museo y 14 de ellas obtenidas para la misma cuestión a través del código QR. Las respuestas se clasificaron en torno a 3 categorías/códigos concretos: 1) preferencia por un formato clásico; 2) inmersivo; y 3) una mezcla de ambos. De estos se sacaron unos valores porcentuales según la cantidad de respuestas aportadas para cada categoría (Gráfico 5).

Las respuestas de las personas que prefieren el formato inmersivo se corresponden con el 58,93%. En general, sorprende la cantidad de sugerencias que aportan los/as visitantes y la justificación para preferir este modelo expositivo. La mayor parte de las respuestas ofrecidas abogan por la adición de elementos sonoros, visuales (imágenes o vídeos) y de puestos táctiles con reproducciones de

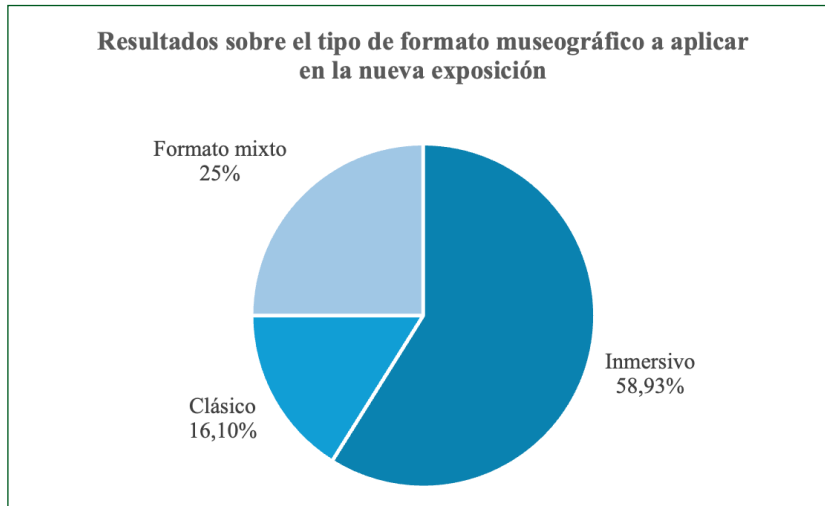


Gráfico 7. Porcentaje de respuesta para cada tipo de formato preferido por los/as visitantes consultados/as. (Fuente: elaboración propia).

las piezas. Todo ello, con la intención de valerse de los sentidos a la hora de recorrer las salas de la exhibición. No obstante, se observa cierta confusión en las respuestas a la hora de diferenciar entre lo que es la inmersión de la interactividad. Por un lado, la experiencia inmersiva se sirve de elementos tecnológicos y digitales para sumergirse en un entorno o contexto de una forma más envolvente (Quintana y Pérez, 2023: 7), aunque normalmente las personas tienen una actitud pasiva ante la tentativa. Por el otro, la interacción refiere a un mecanismo de actuación entre dos o más personas, objetos, agentes, etcétera (Real Academia de la Lengua Española, 2024). Algunos ejemplos de las respuestas obtenidas son:

Más inmersivo, por ejemplo, poder escuchar los instrumentos que hay en el museo. [Hombre, 10 años]

Imágenes de vídeo en las que se vea llevando la ropa y piezas expuestas. Que los instrumentos musicales se puedan escuchar mediante auriculares. Reconstrucción en tamaño natural de estancias, reproduciendo actividades de la vida cotidiana. Juegos interactivos para descubrir objetos de todo tipo, mapas interactivos, etc. [Mujer, 47 años]

Más inmersivo. Para facilitar la comprensión de los objetos y su historia sería aconsejable tablet o móvil, pues la lectura de los paneles no siempre es fácil por problemas de vista o mucho público. Para los niños y jóvenes es más atractivo que haya interactividad con paneles u otros sistemas. [Mujer, 66 años]

Mi pequeño aporte tiene que ver con la manera en que, quizá podría ser más dinámica y más interactiva a la hora de ver cada pieza y no sé si pudiendo representarse por medio de un gráfico o una animación o una situación pequeña, por ejemplo, con los tambores, si alguien en ese contexto en una pequeña pantalla pudiera mostrar cómo se usaban en un ritual. Así quedaría más dentro de la memoria de las personas porque la memoria gráfica es la que, podemos decir, tiene mayor retención. [Hombre, 35 años]

El 16,10% se corresponde con las respuestas de los/as visitantes que prefieren un formato más clásico. Por «formato clásico» nos referimos a la presentación de los objetos culturales (originales o reproducciones) en vitrinas, siguiendo un orden temático y junto con sus elementos informativos textuales a través de las cartelas (Alonso y García, 2010, p. 18-19). Aquí nos encontramos con respuestas que aluden directamente a su gusto personal y otras a la dificultad de comprensión que muchas veces se relaciona con estos mecanismos más modernos en los que no se cuenta -en la mayoría de los casos- con información que contextualice lo que se está viendo. Esta es la razón por la que se pide el mantenimiento de las piezas expositivas en la nueva exposición. Sin embargo, algunas de estas personas comprendían que los/as visitantes más jóvenes, es decir, personas en edad infantil y la adolescencia, quisieran una modernización en los métodos de exhibición. A continuación, se muestran algunas de estas valoraciones:

Más clásico. La inmersividad facilita la comprensión, pero los visitantes nos perdemos en los mecanismos y valoramos menos o no profundizamos tanto en el contenido real al que debemos prestar atención. (Eso creo yo). [Hombre, 53 años]

A mí personalmente me gustaría un estilo clásico, ya que puedes observar las piezas como son realmente, pensando que esos objetos los han usado gente real. [Hombre, 39 años]

A mí me gustaría un punto clásico, manteniendo el espíritu que hoy veo aquí. Las experiencias inmersivas me gustan más en espacios donde se encuentre presente el arte digital. [Hombre, 41 años]

A mí particularmente me gustan los museos clásicos, tradicionales... En este museo pues no lo sé si... es que sí que lo veo muy enfocado para niños o para gente que no... no me gustan tampoco los documentales y existiendo YouTube, tener aquí una pantalla con un documental pues normalmente nunca las veo, entonces no sé. [Hombre, 59 años]

Finalmente, el 25% de las respuestas se relacionan con la preferencia por un formato mixto. Estas personas expusieron de manera más explícita sus demandas para conjugar los formatos clásicos e inmersivos, precisamente porque el beneficio final entre ambos modelos permite una mayor retención de información, un aprendizaje más ameno y una experiencia general más relevante. Por ejemplo:

Más inmersivo, sin perder lo clásico. [Hombre 66 años]

En lo personal disfruto mucho los museos tradicionales, pero sé que la corriente actual impulsa los museos inmersivos e interactivos, así que, me gustaría más la idea de un museo tradicional con ciertos momentos o actividades interactivas, por ejemplo: audioguías o interacción musical. [Mujer, 21 años]

En términos generales, me imagino un MNA adaptado a la mirada de un visitante del siglo XXI y, en este sentido, aspiraría a un formato y a unos contenidos presentados con más creatividad y libertad expositivas. El modelo clásico no ofrece funciones del todo bien, dado que el enciclopedismo y el coleccionismo que se desprende del actual diseño de las tres plantas no casa bien con la (auto)exigencia de presentar las formas de lo humano impartidas por el globo. Por tanto, a mi juicio, menos vitrinas convencionales, menos presentaciones clásicas de objetos ordenados por categorías cualesquiera, y más riesgo conceptual, más reflexividad (autocrítica) a la hora de disponer, presentar los múltiples materiales de los que, a buen seguro, dispone el museo. Por último, y conviene darle una vuelta a la idea de aprovechar las tres plantas de otra manera más

atractiva, al menos en un sentido no geográfico, de separación cultural estricto, de lo contrario los contenidos en cada una de ellas no conseguirán conversar como debieran. [Hombre, 34 años]

Para mí, el nuevo formato del museo puede mantener una parte clásica donde haya un recorrido bien señalizado y, además, una parte interactiva en la que se pueda ampliar más sobre la temática del museo. Quizás en esta parte interactiva puede haber: talleres, recorridos guiados, paneles y vídeos para ampliar la información y alguna sala de proyección. [Mujer, 36 años]

El MNA me gustaría que fuese más interactivo sin eliminar la exposición que me parece imprescindible para ver cómo eran las distintas piezas de cada cultura en los distintos continentes. Tendría más salas con imágenes dónde se explicase en documental aquello que fuese más relevante. [Mujer, 53 años]

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El proceso de transformación que el MNA está a punto de iniciar es un paso importante para la consolidación del museo como un espacio abierto, participativo, inclusivo y de aprendizaje. A partir de este sondeo preliminar que se ha llevado a cabo, parece observarse que la exposición permanente muestra cierta obsolescencia, sigue un esquema tal vez demasiado tradicional, no consigue integrar los suficientes temas de actualidad de interés social y, por lo tanto, necesitaría un cambio. El alcance de esta renovación varía según las personas entrevistadas y su motivación dentro del museo, pero existe bastante consenso a la hora de reconocer que la exposición debería ser más inmersiva, en el sentido de que incluya nuevas tecnologías, aunque respetando la importancia y presencia de los objetos expuestos en las diferentes salas al considerarlos de gran interés.

En este sentido, es notoria la parquedad de soportes comunicativos que permitan a los/as visitantes sumergirse en los contenidos propuestos por el museo. Por ejemplo, es remarcada la ausencia de gráficos, de mapas que contextualicen a cada cultura, de au-

diovisuales, de modelos 3D, de demostraciones de fenómenos o de elementos interactivos en general. Esta carencia de las necesarias herramientas interactivas contribuye a que la experiencia del público sea pobre y/o poco significativa, lo cual motiva que la calidad de la colección expuesta parezca menos de lo que es en realidad. Raramente, de hecho, se fomenta la diversión o la amenidad, no habiendo retos ni elementos que estimulen el aprendizaje. Si bien, la transformación digital significa un cambio profundo, no se trata de hacer lo mismo que se hacía en analógico usando herramientas digitales, sino que es una nueva manera de trabajar, de investigar, de narrar y de conectar con visitantes y usuarios (Castellanos y Pérez, 2022, p. 278).

Por tanto, una actualización hacia los medios digitales es una demanda mayoritaria para este museo, ya que favorecería la comprensión, la interacción y ayudaría a las personas a recordar conceptos de interés. También es evidente que la presencia de imágenes o vídeos de situaciones cotidianas o de experiencias vitales de personas, favorece la empatía y la creación de corresponsabilidades. Además de permitir el conocer la otredad sociocultural latente en otros territorios, junto con el entender la propia realidad de un país como el nuestro en el que la interacción entre culturas y personas ha sido la norma a nivel histórico.

A su vez, cabe destacar que estas herramientas digitales facilitan el acceso y la experiencia en estas instituciones a aquellas personas que necesitan de ayudas concretas, ya sea tanto a nivel funcional, cognitivo o educacional, entre otros. Por lo que su implementación es una apuesta por la inclusión de otros públicos y por la promoción de la diversidad en el museo. El reconocer que estas instituciones son espacios abiertos a todo tipo de públicos es una realidad promovida por diferentes organizaciones como en el caso del ICOM (Mairesse, 2019, p. 40) o la UNESCO y, en este sentido, los recursos digitales sirven para romper con esa brecha.

Finalmente, no hay que olvidar que la banalización a la que tiende el uso indiscriminado de las herramientas digitales es una realidad y que el invertir en estas funcionalidades, sin haber meditado el contenido o el objeto pretendido con las mismas, puede provocar a la larga un desinterés generalizado por parte del público visitante. A su vez, muchas veces la incorporación de estas herramientas en las entidades museísticas se produce de manera lenta y sin que exista un personal especializado en la materia (Carbonell-Currado y Viñarás, 2021, p. 85). Posiblemente estas cuestiones sean algunas de las desventajas mayoritarias que las personas expusieron para preferir la permanencia de un formato clásico en el MNA. Además, las exposiciones inmersivas, a medio y largo

plazo, tienen una obsolescencia programada evidente que se vincula con la evolución tecnológica. Ello, puede derivar en una alta inversión de recursos y en un alto coste devenido de su instalación, pero también en una rentabilidad que con el paso del tiempo no suele ser la esperada. Un hecho que impone una reflexión pausada en aras a una inversión consecuente, cautelosa y eficiente.

REFERENCIAS

- ALBERO, S. (2017). *La perspectiva de género en el ámbito educativo de los museos y centros de arte españoles*. [Tesis doctoral, Universidad de Navarra]. Depósito digital UPNA. <https://academica-e.unavarra.es/bitstreams/873c15c8-1a7c-44e6-bbd9-e79415d2ad77/download>
- ALONSO, L., y GARCÍA, I. (2010). *Diseño de exposiciones. Concepto, instalación y montaje*. Alianza Editorial.
- ARRIETA, I. (2014). Públicos y museos: entre la democracia cultural y la mercantilización del patrimonio. En I. Arrieta (Ed.), *La sociedad ante los museos* (pp. 9-25). Universidad del País Vasco. https://www.academia.edu/13440596/P%C3%BAblicos_y_museos_entre_la_democracia_cultural_y_la_mercantilizaci%C3%B3n_del_patrimonio
- BROWN, K., GONZÁLEZ, A. S., y BRULON, B. (Eds.). (2020). *Descolonizando la museología*. ICOM. Depósito digital del ICOM. https://icofom.mini.icom.museum/wp-content/uploads/sites/18/2022/03/2022_Decolonising_Museology_3.pdf
- CARBONELL-CURRALO, E. G., y VIÑARÁS, M. (2021). Museos y desarrollo sostenible. Gestión museística y comunicación digital para alcanzar los ODS. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 26, 79-108. <http://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e143>
- CASTELLANOS, R. M., y PÉREZ, E. (2022). Claves para obtener la información precisa sobre los públicos de los museos con encuestas en línea. En *II Congreso Internacional de Museos y Estrategias Digitales*. <https://doi.org/10.4995/CIMED22.2022.15473>
- CONSUEGRA, B. (2019). Las políticas de accesibilidad al patrimonio cultural, con especial referencia a los espacios museísticos. Normativa, agentes y prácticas. [Tesis doctoral, Universidad Nacional de Educación a Distancia]. Depósito digital de la UNED. <https://hdl.handle.net/20.500.14468/17551>
- DAVIDSON, L. (2017). Comprendiendo la experiencia del visitante a través de la investigación cualitativa. *Publicaciones Digitales ENCRyM*, 73-95. <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/digitales/article/view/11167>
- HERNÁNDEZ, F. (2001). *Manual de museología*. Ediciones Trea.
- HERNÁNDEZ, F. (2006). *Planteamientos teóricos de la museología*. Ediciones Trea.
- Laboratorio Permanente de Museos. (2011). *Conociendo a nuestros visitantes: Museo Nacional de Antropología*. Ministerio de Cultura. Depósito digital del Ministerio de Cultura. https://libreria.cultura.gob.es/libro/museo-nacional-de-antropologia_2316/
- LÓPEZ, V., y SANTACANA, J. (2013). Cultura digital, museos y educación. *Her&Mus*, 13, 8-15. <https://raco.cat/index.php/Hermus/article/view/313342>
- LORENTE, P. (2012). *Manual de historia de la museología*. Ediciones Trea.
- MAIRESSE, F. (2019). *Report on the implementation of the UNESCO 2015 Recommendation on Museums & Collections: Recommendation concerning the Protection and Promotion of Museums and Collections, their Diversity and their Role in Society*. Depósito digital de la UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371549?posInSet=3&queryId=56524045-c43b-404d-8559-bfe47206c5da>
- Ministerio de Cultura - Gobierno de España. (s.f.). Equipo. *Museo Nacional de Antropología*. Recuperado el 25 de noviembre de 2025, de <https://www.cultura.gob.es/mnantropologia/museo/equipo.html>
- NAVAJAS, O. (2020a). *Nueva museología y museología social. Una historia narrada desde la experiencia española*. Ediciones Trea.
- NAVAJAS, O. (2020b). El legado de la Mesa Redonda de Santiago de Chile. Aportaciones desde España para un <<Decálogo>> de la Museología Social del siglo XXI. En Y. Girault, y I. Orellana (Coords.), *Actas coloquio internacional Museología Participativa, Social y Crítica* (pp. 129-140). Museo de la Educación Gabriela Mistral.
- QUINTANA, A., y PÉREZ, D. (2023). Inmersión e interactividad, un sueño que empieza con el cine de los orígenes. *L'Atalante* 35, 7-15. <https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/22664/036532.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- RADICELLI-GARCÍA, C., y POMBOZA-FLOLIL, M. (2022). Museos digitales interactivos, una nueva forma de generar y transmitir conocimiento. *DYNA*, 89(222), 83-90. <https://doi.org/10.15446/dyna.v89n222.101540>
- Real Academia de la Lengua Española. (2024). Interacción. En *Diccionario de la lengua española*. <https://dle.rae.es/interacci%C3%B3n>
- ROGERS, P. (2014). *La teoría del cambio, Síntesis metodológicas: evaluación de impacto n.º 2*. Centro de Investigaciones Innocenti de UNICEF. <http://repositorio.ucsh.cl/xmlui/bitstream/handle/ucsh/3121/La%20teor%C3%ADa%20del%20cambio.pdf?sequence=1>
- SÁEZ, F. (2013). *El Museo Nacional de Antropología. El museo de la gente como Nos+otros*. Plan de Actuación. Ministerio de Cultura. Depósito digital del Ministerio de Cultura. <https://www.cultura.gob.es/mnantropologia/dam/jcr:fbaef78-0643-4acc-80cf-5aeb0e62724/plan-actuacion-mna-fsaez.pdf>
- SÁEZ, F. (2019). Museos y Antropología: ¿Hacia dónde deberíamos ir y cómo deberíamos ser? Retos para el museo nacional de Antropología. *COM CE Digital: Revista del Comité Español de ICOM*, 16, 24-33. https://www.icom-ce.org/wp-content/uploads/2020/07/ICOMdigital16_doblePag.pdf

HER&MUS

HERITAGE & MUSEOGRAPHY

Her&Mus. Heritage and Museography es una revista de publicación anual que recoge artículos sobre patrimonio y museos, con una especial relevancia a sus aspectos didácticos, educativos y de transmisión del conocimiento. En la revista tienen cabida tanto trabajos del ámbito académico como experiencias y reflexiones del ámbito museístico y patrimonial y alcanza tanto el ámbito peninsular como el europeo y el latinoamericano. Por este motivo, se admiten artículos en diversas lenguas, como son el catalán, el español, el francés, el italiano y el inglés.

La revista nace en el año 2008 con el nombre de *Hermes*. Revista de museología (ISSN impreso 1889-5409; ISSN en línea 2462-6465) y su primer número sale a la luz en 2009. Desde el segundo número pasa a llamarse *Her&Mus. Heritage and Museography* (ISSN impreso 2171-3731; ISSN en línea 2462-6457). Inicialmente de carácter cuatrimestral, pasó en 2013 a tener una periodicidad semestral. A partir de 2015 la revista se publica anualmente. Desde sus orígenes ha sido editada por Ediciones Trea y académicamente vinculada a la Universitat de Barcelona. A partir de 2016 se edita exclusivamente en formato digital a través de RACO (<http://raco.cat/index.php/Hermus/index>) como revista científica de la Universitat de Lleida.

HER&MUS

HERITAGE & MUSEOGRAPHY

Her&Mus se encuentra en las siguientes bases de datos y repositorios:

Plataformas de evaluación de revistas:

MIAR (Matriu d'Informació per a l'Avaluació de Revistes).
Catálogo LATINDEX (Iberoamericana).
CIRC (Clasificación Integrada de Revistas Científicas): Valor superior a D.
CARHUS Plus+ 2018: Grupo D.
Journal Scholar Metrics Arts, Humanities, and Social Sciences.

Bases de Datos Nacionales:

DIALNET.
RESH (Revistas Españolas de Ciencias Sociales y Humanas).
DULCINEA.

Catálogos Nacionales:

ISOC (CSIC).

Bases de Datos Internacionales:

LATINDEX (Iberoamericana).
Ulrichs Web Global Series Directory.
European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences (ERIH PLUS).
DOAJ: Directory of Open Access Journals

HER&MUS

HERITAGE & MUSEOGRAPHY

Normas generales para la publicación de artículos en *Her&Mus*.
Heritage and Museography:

- Se pueden presentar manuscritos redactados en catalán, castellano, italiano, francés e inglés.
- En general, serán bienvenidos escritos sobre patrimonio y museos, con una especial relevancia a sus aspectos didácticos, educativos y de transmisión del conocimiento.
- Se admiten principalmente artículos de investigación, pero también se admiten reseñas, experiencias didácticas, descripción de proyectos y artículos de reflexión.
- Se considerará especialmente el rigor metodológico y el interés general del contenido, la perspectiva y el estudio realizado.
- Serán rechazados aquellos manuscritos que se encuentren en proceso de publicación o de revisión en otra revista. Todo manuscrito puede ser rechazado en cualquier momento del proceso editorial en caso de detectarse una mala práctica.
- Los autores deberán enviar sus manuscritos a través de la plataforma RACO.

Normas completas disponibles en:

<http://raco.cat/index.php/Hermus/about/submissions#author-Guidelines>

Proceso de revisión por pares:

Todos los manuscritos recibidos serán inicialmente revisados por la Secretaría Científica de la revista, que comprobará su adecuación a las normas de publicación y a la temática de la revista. Cuando el resultado de esta primera revisión sea favorable, los manuscritos serán evaluados siguiendo el sistema por pares ciegos. Cada manuscrito será evaluado por dos expertos externos al comité de redacción y a la entidad editora.

El plazo de revisión y evaluación de los manuscritos es de máximo tres meses desde su recepción. En el caso de los manuscritos recibidos con motivo de un *Call for papers*, el plazo de tres meses empezará a partir del día siguiente al cierre de la convocatoria.

En todos los casos, **el mes de agosto se considera inhábil** para el cómputo de los tres meses de plazo de revisión y evaluación.

Transcurrido dicho periodo, el autor/es será informado de la aceptación o rechazo del original. En los casos de manuscritos aceptados pero cuya publicación esté condicionada a la introducción de cambios y/o mejoras sugeridas por los revisores, sus autores deberán enviar la nueva versión del manuscrito en un plazo máximo de quince días.

Cuando no se derive unanimidad en la valoración del manuscrito, este será remitido a un tercer revisor y/o a un miembro del equipo editorial.

Asimismo, el equipo editorial y/o el profesional encargado de coordinar cada monográfico se reservan el derecho a rechazar un manuscrito en cualquier momento.

HER&MUS

HERITAGE & MUSEOGRAPHY

■ TREA ■



Universitat de Lleida
Departament de Ciències
de l'Educació

Her&Mus. Heritage and Museography

Universitat de Lleida

Departament de Ciències de l'Educació

Avda. de l'Estudi General, 4

25001 Lleida

Teléfono: +34 973706541

Fax: +34 973706502

Correo-e: revistahermus@gmail.com

Web: <http://raco.cat/index.php/Hermus/index>

