

# 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

<b>Dirección</b> Nayra Llonch Molina	Universitat de Lleida	<b>Imagen de cubierta</b> <i>Fuente: Espiral Patrimonio</i>
<b>Secretaria científica</b> Clara López Basanta	Universitat de Lleida	
<b>Coordinación del número</b> María Pilar Rivero Gracia Iñaki Navarro-Neri	Universidad de Zaragoza Universidad Pública de Navarra	
<b>Consejo de redacción</b> 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	
<b>Consejo asesor</b> 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	
<b>Envío de originales</b>	<a href="http://raco.cat/index.php/Hermus/index">http://raco.cat/index.php/Hermus/index</a>	
<b>Dirección editorial</b> 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

## TEMÁTICA LIBRE

# La influencia económica y educativa de los museos en España: educación patrimonial y desafíos antes y después de la pandemia de COVID-19

The economic and educational influence of museums in Spain: heritage education and challenges before and after the COVID-19 pandemic

JESÚS RAMOS PÉREZ

Jesús Ramos Pérez

Universidad de Extremadura

jeramosp@alumnos.unex.es

<https://orcid.org/0009-0000-6846-1725>

Recepción del artículo: 23-01-2025. Aceptación de su publicación: 23-05-2025

## RESUMEN

El presente ensayo realiza un estudio de la relevancia de las instituciones museísticas desde el punto de vista económico y educativo, relacionando ambos conceptos desde el prisma del turismo y la educación patrimonial para la preservación integral del mismo. Debido a las sucesivas crisis económicas y situaciones sanitarias y externas que han limitado la actividad de los museos, se hace necesario poner en relieve el peso que estas instituciones tienen sobre la actividad económica a través de datos fiables y cómo estas moldean a sus visitantes para ser conscientes de la importancia de su entorno material e inmaterial. El papel de los museos en relación con la educación formal se observa como necesario para transmitir conciencia y valores ciudadanos a los futuros adultos, y se alude a algunos proyectos didácticos de relevancia realizados por los mismos y cómo, a tenor de los datos, estos no parecen llegar a los estratos más jóvenes de la población, necesitando ahondarse más, en futuras investigaciones, en los perfiles concretos que se movilizan y desmovilizan en cuanto a interés en el patrimonio museístico se refiere.

## PALABRAS CLAVE

educación, educación patrimonial, museos, economía, turismo

## ABSTRACT

The present essay examines the significance of museum institutions from an economic and educational standpoint, linking these two concepts through the lens of tourism and heritage education for its comprehensive preservation. In light of successive economic crises and health-related or external circumstances that have constrained museum activities, it is essential to emphasize the economic impact of these institutions through reliable data, as well as how they shape their visitors to recognize the importance of their material and intangible environment. The role of museums in formal education is regarded as critical for fostering awareness and civic values in future adults. Additionally, the essay references some significant educational projects carried out by museums and highlights, based on data, that these initiatives do not appear to effectively reach the younger segments of the population. This underscores the need for further research into the specific profiles that are either engaged or disengaged in terms of interest in museum heritage.

## KEYWORDS

education, heritage education, museums, economy, tourism

## INTRODUCCIÓN

Los museos son, desde hace más de dos siglos, garantes de una extensa cantidad de saberes materiales e inmateriales. A través de sus acciones como actor social, formativo y económico las sociedades pueden definir sus ideas y mejorar hacia el futuro que se desea construir. Como afirman Ruiz (2023) y Paz et al. (2023), los museos se erigen como posibles guías de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, guiando a los futuros ciudadanos hacia la creación de comunidades más justas a raíz de lo que pueden definirse como eventos socioculturales que aúnan pasado y presente para construir futuro. En el presente escrito, de naturaleza ensayística, se analizarán sus potencialidades como elementos educadores, socializadores y como productores de riqueza, así como los efectos que la pandemia mundial de 2020 ha tenido sobre estos, cómo han solventado los desafíos planteados por la misma y su situación de futuro dentro de las áreas mencionadas previamente.

Los museos de nuestros pueblos y ciudades, tal como indica la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), han sufrido una regresión material, en cuanto a cuidados y financiación se refiere, desde hace una década (Bokova, 2015). Esta problemática trasciende fronteras, pero así también lo hace la importancia que los museos tienen en la sociedad como motor de elementos económicos (turismo e intercambio de ideas) y educativos (formación permanente y concienciación). Este rol se ha puesto de manifiesto en múltiples ocasiones, donde el paso de las colecciones privadas a las exposiciones públicas es identificado como punto de partida para que estas instituciones adopten el rol de formador informal que hoy poseen (Hoyer-Hansen, 1984), independientemente de su financiación, tamaño, capacidad o localización (Hein, 2006), lo que empuja a sus administradores a adaptar preceptos pedagógicos, eminentemente constructivistas (Álvarez y Eguren, 2011; Hein, 2005), para que los visitantes, sea cual fuere su fondo u objetivo, se sientan atraídos hacia aquello que se pretende transmitir. Esta educación cultural, transversal, bebe de preceptos que, independientemente de su eficiencia económica, son vitales para combatir desafíos sociales como el racismo o el negacionismo histórico (Nakou, 2006).

Por desgracia, este peso social es, en ocasiones, obviado por los agentes públicos de diferente orden. Frente a esos museos que fomentaban la curiosidad gracias a un auge revitalizador, donde la novedad y el dinamismo se consideraban como norma (Thomas, 2016); hoy, por el contrario, el museo parece haber abandonado

discursos sociales relevantes y ha perdido, en parte, su fuelle fundamental (Janes, 2020), encontrándose, entre otros dilemas, el de la contracción económica y pérdida de visitantes suscitada por la crisis de COVID-19 y, más específicamente, los efectos posteriores de la misma en cuanto a músculo económico se refiere para sus insumos básicos. Más de 85.000 museos se vieron forzados a cerrar sus puertas durante un periodo de tiempo determinado, reduciendo ingresos, dificultando el mantenimiento de sus exposiciones y relegándolo a un papel terciario en el colectivo popular (Mairesse, 2021). Para salvar esta crisis rampante, los museos se vieron forzados a moldearse a la nueva realidad, virando de la presencialidad a la digitalización para la cual, cabe decir, se venían preparando (Agostino et al., 2020; King et al., 2021) desde principios de siglo. Estos museos en línea, no obstante, no pueden sustituir netamente a las visitas presenciales ya que, paradójicamente, pueden existir grupos sociales y poblaciones con serias dificultades para acceder a dichos medios en la red.

La coyuntura actual, donde los museos son protagonistas para recuperar el tejido turístico y, por tanto, económico perdido durante la pandemia (Avraham, 2021), valora con claridad cómo los mismos no pueden limitarse a ser actores inmateriales, debiendo integrar las nuevas tecnologías como elemento de apoyo. De nuevo, este uso mercantil de los museos, que no debe eclipsar sus otras capacidades como elemento de educación cultural y social ya observadas, supone la búsqueda de una relativa autosuficiencia de los museos, aunque estos no tengan el lucro como objetivo ni, mucho menos, puedan suponerse como elementos aislados a la realidad política y territorial donde se circunscriban (Santandreu y Rivero-Moreno, 2023); esto explica no solo por qué la comercialización puede tener efectos dispares, sino también cómo el museo, al igual que otros servicios públicos como hospitales y escuelas, deben aproximarse, tanto como sea posible, a la gratuidad en el acceso a los mismos, aunque la mejora en las visitas sea, numéricamente, marginal (Martin, 2002). Esta visión, de hecho, se enfrenta a la de los museos de pago por membresía temporal, buscando aumentar la calidad de estas instituciones con, en teoría, efectos mínimos sobre la accesibilidad (Rushton, 2017).

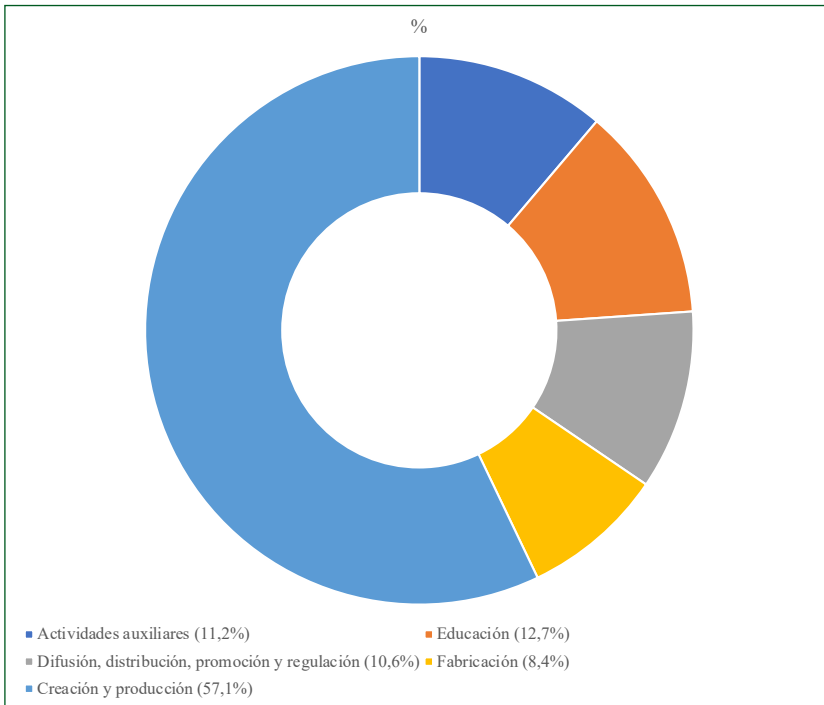
Esta realidad se traslada a España, con más de mil setecientos museos afectados por esta coyuntura (Directorio de Museos de España, 2023) que, en el periodo de crisis por pandemia de COVID-19 y sus efectos posteriores, tuvo que reajustar sus políticas de acceso, exposición y la forma de mantenerse en activo en su papel educador, aunque fuera a través de las redes (Rivero et al., 2020), con un enfoque necesario en las nuevas exigencias y necesidades

de los turistas y visitantes para combatir el cambio de modelo contemplado tras la cuarentena (Pourmoradian et al., 2021).

Teniendo lo anterior en cuenta, a lo largo del presente texto se buscará poner de relevancia, como objetivo principal, el papel de los museos en los ámbitos económico (peso sobre la actividad económica en España) y educativo (en relación a las actividades culturales formativas y la relación con centros educativos). Adicionalmente, y en relación al objetivo principal, se buscará poner de relieve no solo la influencia directa de los museos, sino también cómo estos fueron afectados durante la pandemia ya mencionada y el modo en que estos roles han podido, o no, verse modificado. A tal fin, se han revisado fuentes bibliográficas diversas, las cuales incluyen artículos de investigación, documentación oficial del Estado en materia de datos económicos y macroeconómicos y la propia producción socioeducativa que las instituciones museísticas realizan. Con base en estas, se adoptará un enfoque ensayístico y documental, por el cual se analizará, estudiará e interpretará la información recogida en tales fuentes.

## LOS MUSEOS COMO MOTOR ECONÓMICO Y TURÍSTICO

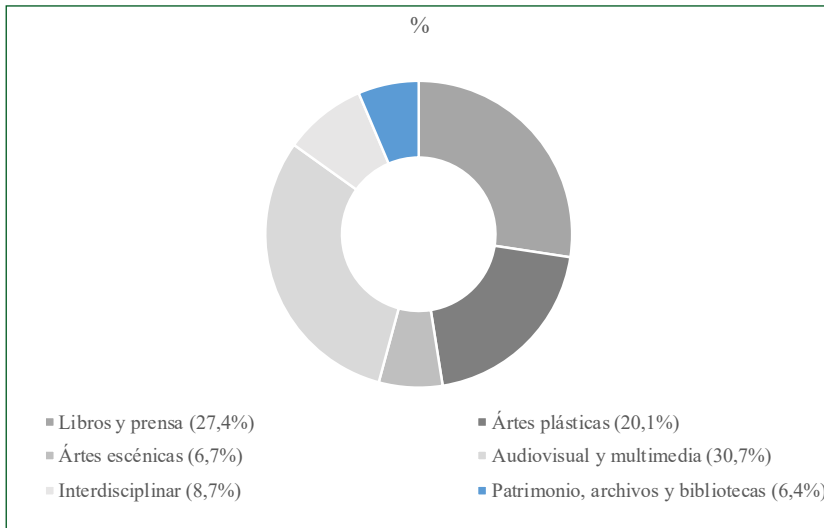
Como elemento intrínseco de los ecosistemas vivos y dinámicos que son las ciudades, los museos, su concepto, labor y mantenimiento son, en gran medida, una pieza angular del prestigio y desarrollo de una urbe y sus gentes. Así, los museos y el patrimonio ligado a este generan una identidad local, regional e, incluso, nacional. Este conjunto de aspectos cognitivos y estéticos están estrechamente vinculados a la formación y educación formal y discursiva de aquellos que circundan los espacios museísticos (Köster, 2007). De esa identidad se derivan estrategias de mercadotecnia (marketing) y creación de marcas (branding) ligadas a la misma. Esto es fácilmente observable en el caso de localidades con alta densidad patrimonial en España, como Mérida (Extremadura), donde se ha utilizado el legado romano de la misma para elaborar recursos para los visitantes, medios que fomenten el turismo en la ciudad y contenidos relacionados con el ambiente digital y social que rodea a la misma a través del Consorcio Ciudad Monumental de Mérida (Cano, 2020) del Museo Nacional de Arte Romano (Barrero, 2018). En Bilbao (País Vasco), el «efecto Guggenheim», tras la construcción del Museo Guggenheim Bilbao, puso en el mapa internacional de la cultura a la ciudad más poblada de la comunidad autónoma. Este espacio se entrelaza con su entorno geográfico



(a la rivera de la ría del Nervión) con obras de Chillida, Koons y Bourgeois, entre otros, para construir una identificación cultural propia alrededor del museo con un espacio próximo dedicado a exposición de otras formas de expresión artística (Lorente, 2023). La creación de estos conjuntos de ideas y visiones sobre la propia ciudad fomentan, como se ve, una evolución y progreso de los medios de las áreas afectas, convirtiendo a estas instituciones en motores de la transformación territorial como parte de los sectores económico al uso (Pascoal, 2021).

Esto se sustenta, en el caso español, en los datos recogidos por la Cuenta Satélite de la Cultura en España (Ministerio de Cultura y Deporte, 2021), donde se detalla, en el marco del Plan Estadístico Nacional, cómo, cuándo y de qué forma genera riqueza la cultura; así, pueden observarse cómo las actividades de índole cultural suponen una parte relevante del PIB nacional, a fecha última recogida del año 2020 (Gráfico 1).

De acuerdo a los resultados de la Cuenta Satélite de la Cultura, las actividades culturales de España generaron 24.640 millones de euros a las arcas públicas, es decir, un 2,2% del PIB que, en su contexto, podría cubrir hasta tres veces el presupuesto total de Defensa para ese mismo año (8.991 millones de euros) (Ministerio de Defensa, 2021). Sin embargo, estas cifras no aglutinan el peso real de los museos y su labor, para lo cual debe atenderse a la aportación al PIB de las actividades culturales segregadas por sectores (Gráfico 2).



Dentro de este volumen los museos, que se encuentran dentro de la sección referida al patrimonio, archivos y bibliotecas (y que aglutinan el conjunto de labores museísticas para la conservación de las obras y el conocimiento que estos realizan), ocupan un 6,4% del total. Esto se traduce en un aporte real aproximado de 1.576 millones de euros a nivel nacional, donde no se incluyen los ingresos privados y particulares derivados del turismo estacional motivado por museos. En perspectiva, esta cantidad es, por ejemplo, ligeramente inferior a las entregas a cuenta del Estado a la comunidad autónoma de Cantabria (1.867 millones de euros) o el 159% de las mismas entregas a la comunidad autónoma de La Rioja a fecha del mismo año 2020 (990 millones de euros) (Secretaría General de Financiación Autonómica y Local, 2020).

## VISITAS, VISITANTES Y EL RETO DEL TURISMO MUSEÍSTICO

No obstante, el desafío con el que introdujimos el presente texto sigue siendo el de recuperar el dinamismo museístico que plasme, más allá de los beneficios económicos y turísticos, los deseos y nuevos intereses de los visitantes. En esta línea, el Laboratorio Permanente Público de Museos ilustra las necesidades de tal conjunto poblacional tras el COVID-19, periodo que nos ocupa y, especialmente, preocupa de cara a renovar el tejido museístico y el interés en los mismos.

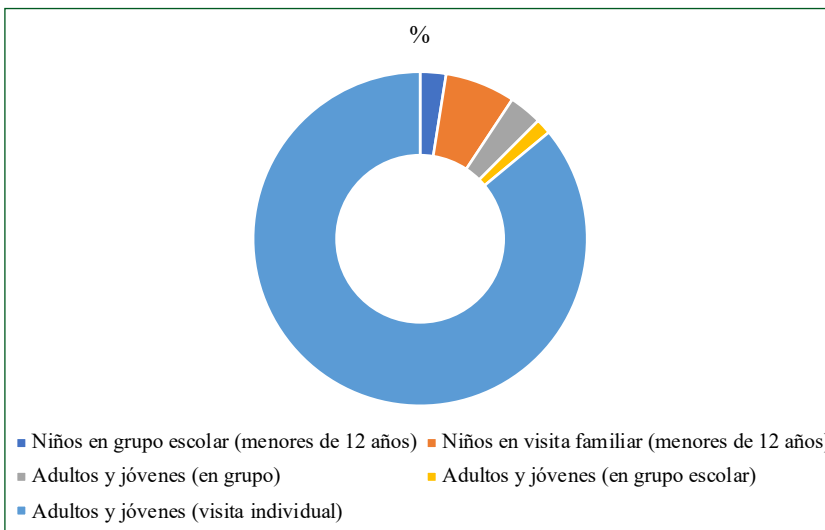
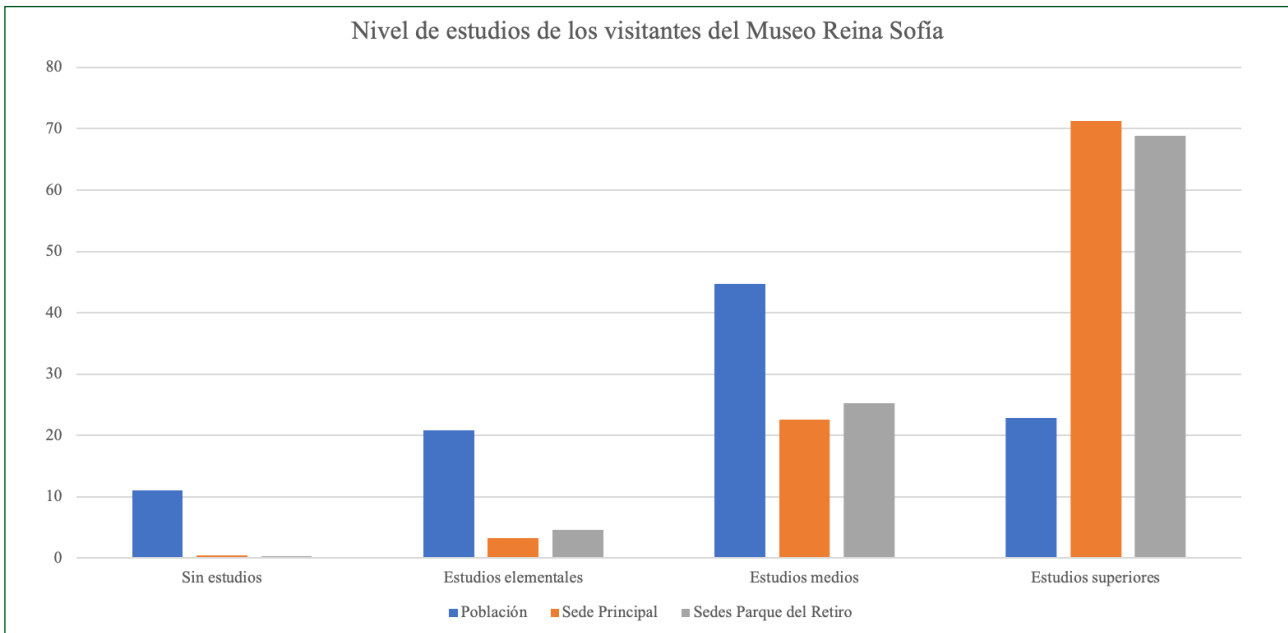
Los datos plasmados en el Gráfico 3 arrojan luz sobre las motivaciones principales de aquellos que buscan visitar museos. Si bien la mayoría de visitantes solo desea observar y apreciar pie-



zas y objetos de las exposiciones, es relevante señalar cómo casi la mitad de las personas quieren descubrir algo que no saben y que algo más de un tercio visita los museos con una finalidad educativa, para aprender. Una quinta parte de los visitantes busca comprender aspectos relacionados con la diversidad social y cultural de su entorno y, minoritariamente, algunos de quienes visitan tales instituciones buscan conocer la historia de su localidad o pueblo o recordar conocimientos que ha podido olvidar (Laboratorio Permanente de Público de Museos, 2022). Del mismo modo, es pertinente conocer el perfil de aquellos turistas y visitantes para saber, en relación con su edad y nivel de estudios, qué tipo de exposiciones pueden suponer más atractivas o, en su defecto, qué tipo de publicidad puede atraer a los mismos a «consumir» el producto cultural que los museos ofrecen.

Es posible señalar el poco interés que existe entre los visitantes a museos, con datos comparativos entre el Museo Reina Sofía y la población total de España, en acudir a los museos entre aquellos grupos que no poseen estudios superiores (Gráfico 4), demostrando un posible sesgo por nivel de estudios y que, de este, se deriven modelos socioculturales de entretenimiento en base al nivel formativo o renta. Del mismo modo, el Gráfico 5 la relativamente baja cantidad de menores de doce años que visitan el museo, bien con las escuelas (2,5%), bien con las familias (6,8%). Esto hace que, en el último lustro, aproximadamente, tras la pandemia, los museos hayan podido encontrarse con una incapacidad real y manifiesta, a tenor de los datos, para realizar de forma

Gráfico 3. Expectativas de los visitantes del museo. (En porcentaje). Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Laboratorio Permanente de Público de Museos.



▲ Gráfico 4. Nivel de estudios de los visitantes del Museo Reina Sofía y en población española. (Porcentaje). Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Cuenta Satélite de la Cultura en España (revisión 2019).

◀ Gráfico 5. Composición general del grupo visitante. (Porcentaje). Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Cuenta Satélite de la Cultura en España (revisión 2019).

eficaz y eficiente su papel como elemento educador en la sociedad. Para entender esto, es posible analizar los datos referidos al cambio de tendencia en cuanto a visitas antes y después del confinamiento en España.

Uno de los hechos más interesantes de analizar es el relativo efecto real que ha tenido el COVID-19 sobre la motivación de los visitantes a retomar, o no, sus visitas a museos (Gráfico 6). Con una pérdida observada del 0,1%, esto explica que el bajo interés en acudir a los museos se debe a causas ajenas a la pandemia o, en su defecto, a factores personales que han permutado durante los meses de confinamiento, como el temor al contagio. Esto no significa, no obstante, que los museos se encuentren en la misma si-

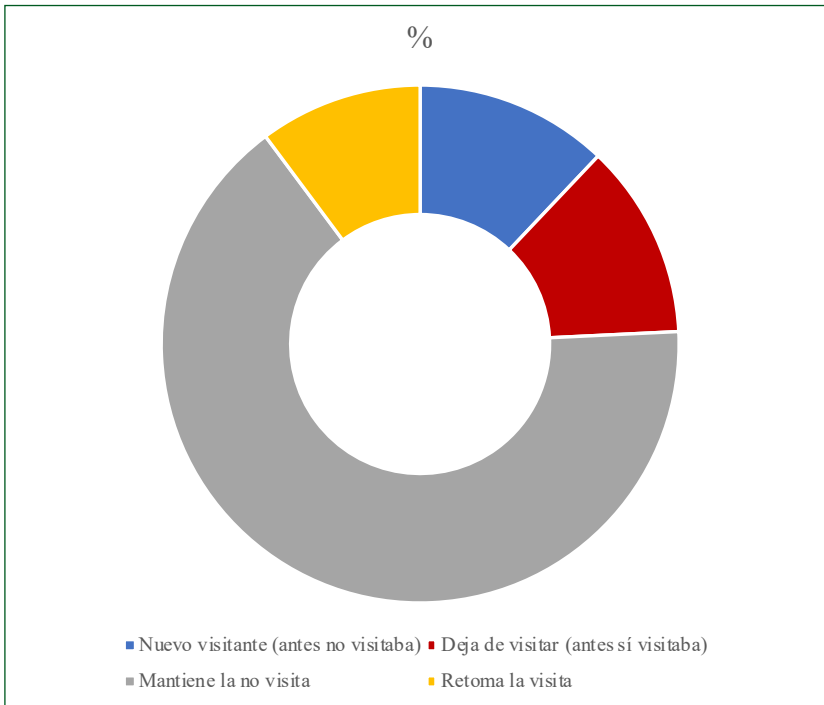
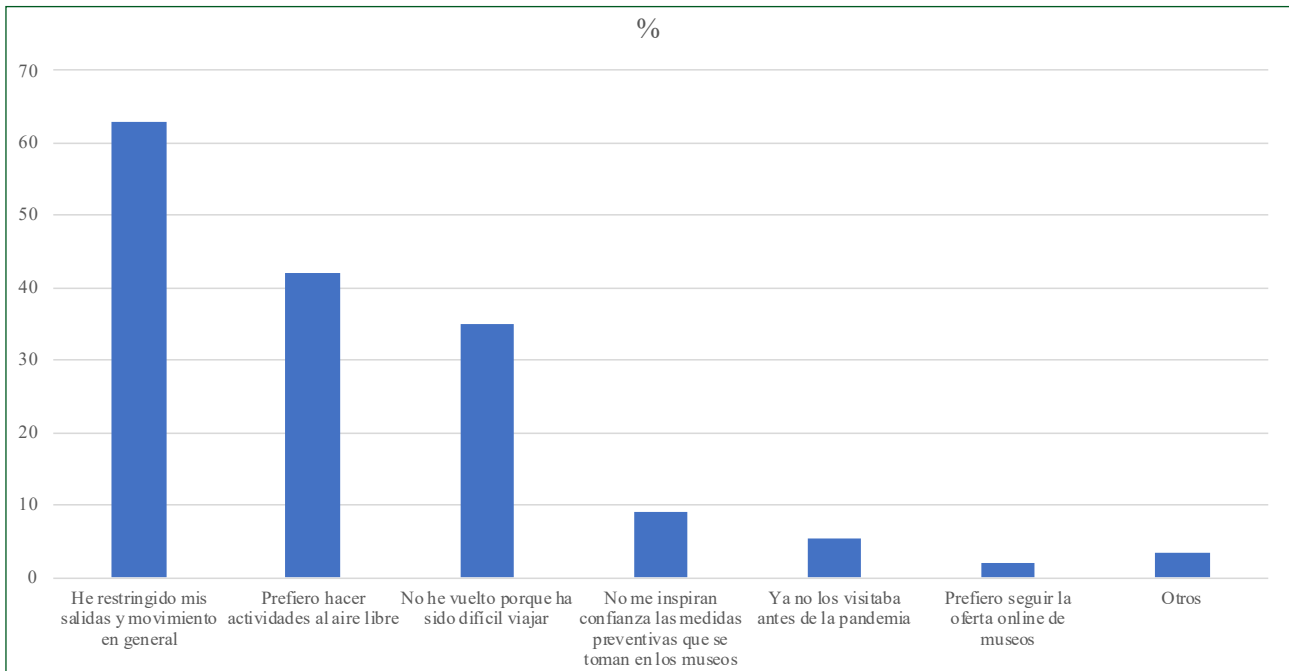


Gráfico 6. Evolución de la visita de museos antes y después del confinamiento. (Porcentaje). Elaboración propia a partir de datos de la Cuenta Satélite de la Cultura en España (revisión 2019).

tuación que en los años anteriores a 2019 ya que, ante el cierre de las sedes museísticas y la menor afluencia de visitantes debido a las limitaciones de aforo, el museo ingresaba menos debiendo de, igualmente, mantener unas condiciones óptimas para los objetos y obras que este debe conservar para asegurar la observada dinamización y recuperación (Friel et al., 2024). En su balance de pérdidas y ganancias, ante unas pérdidas relativamente estables o al alza (debido al incremento en el precio de los insumos) encontramos unos ingresos mucho menores. El análisis final deberá, pues, referirse a los motivos que llevan a aquellos que no visitan a mantener su negativa a acudir a los museos.

Como puede observarse en el Gráfico 7, un porcentaje importante de los no visitantes continuó, por motivos económicos o sanitarios, limitando sus salidas en general, construyendo el volumen total de visitantes por motivos turísticos, con un tercio reconociendo, concretamente, las dificultades para viajar. Casi la mitad de los encuestados prefirieron sustituir los museos por actividades al aire libre, evitando espacios cerrados como bien recomendaban las autoridades sanitarias. En menor medida, casi una de cada diez personas veía como insuficientes las medidas preventivas para evitar contagios en los museos y, residualmente, otras personas no los visitaban antes de la pandemia. Del análisis comparativo de los gráficos 6 y 7 se deduce la posibilidad de que, del 66,3% que no visitaba antes ni después de la pandemia, el 5,5% no tiene ningún



motivo ulterior por el que no acudir a los mismos, mientras que en el 94,5% restante podrían existir razones de salud pública que, tras el periodo de confinamiento, sustituyeron al desinterés general.

Esta desidia apreciada a la hora de acudir a los museos, bien por falta de tiempo, dinero, costes, incapacidad de comprender los mismos, miedo por motivos sanitarios (sobre todo en los momentos posteriores a la pandemia) o por considerarlos una institución elitista (Batat, 2020) genera una falta notable de socialización en los más jóvenes, quienes deben acudir a los mismos acompañados por padres, tutores o educadores. En último término, y en relación a estas cifras y expectativas de los visitantes, la capacidad formativa de estas instituciones se ve sumamente limitada, con clara influencia sobre los procesos de transmisión de conocimiento y valores.

Gráfico 7. Motivos para no continuar yendo a los museos según los visitantes. (Porcentajes). Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Laboratorio Permanente de Público de Museos.

## LA LABOR EDUCATIVA DE LOS MUSEOS: EDUCACIÓN PATRIMONIAL Y MUSEOS+ SOCIALES

Tal y como se ha expuesto anteriormente en el Gráfico 4, el número de menores de doce años que acuden a los museos es sorprendentemente bajo, reduciéndose aún más cuando las visitas se hacen en grupo escolar. Esto supone un problema que merma ese papel como elemento de instrucción y educación informal que los mu-

seos tienen y diluye los esfuerzos pedagógicos que los mismos hacen para que la información ofrecida sea accesible para el público. Este apoyo educativo es sumamente relevante para los docentes actuales, puesto que facilita la transmisión de conocimientos relevantes con el apoyo de personal especializado (conservadores) y crea conceptos cognoscibles en el alumnado al que se expone. La necesidad de acercar las instituciones aquí mencionadas a los colegios, y estrechar los lazos de cooperación entre ambos, ha sido identificada por diversos órganos oficiales e internacionales; el propio Laboratorio Permanente de Público de Museos trató de definir y clarificar los requerimientos que una propuesta didáctica, realizada desde los museos y orientada a los colegios, debía tener, detallando el modelo de planificación de aula, metodología, actividades, objetivos y recursos (Laboratorio Permanente de Público de Museos, 2015). Del mismo modo, el Comité Internacional para la Educación y la Acción Cultural ha desarrollado, sobre este punto, un documento sobre la relevancia de las prácticas museísticas para fomentar la difusión del saber y la cultura desde un prisma multidisciplinar; el mismo, una suerte de ayudamemoria, pone de manifiesto cómo las actividades del museo no deben ceñirse solo al espacio material de este, y pueden articularse de manera flexible y amplia a través de museos digitales, Internet u otros elementos de soporte que fomenten aprendizajes significativos (Comité Internacional de Educación y Acción Cultural, 2022).

La preocupación y necesidad de aunar la influencia educativa de los museos ha generado, también una preocupación sobre la autopercepción de las autoridades museísticas sobre su papel como educadores. Ciertamente, una menor financiación, atracción de visitantes y falta de identidad como fundación debilitará notablemente cualquier esfuerzo en esta área, y es lo que sucede hoy día, con museos que, pese a tener un papel activo, carecen de un rol protagónico en quienes se están formando (Becerra y Borges, 2022). El diálogo de resultados entre visitantes, visitantes estudiantes y el propio museo es de donde surgirán las innovaciones pertinentes que, en este caso, no parecen estar siendo suficientes a la vista de los resultados sobre el acceso a los mismos, en simbiosis para facilitar el acceso a la información que los propios museos custodian.

La falta de cooperación, así como las dificultades derivadas de la crisis de la pandemia de COVID-19, no han impedido que los museos, independientemente de las iniciativas de los centros educativos para acercar la cultura a sus alumnos, trabajen y formen a sus propios trabajadores para la creación y adaptación; de hecho, esta labor lleva realizándose desde la década de los ochenta en

muchos museos, como el Museo de Cuenca, el cual ofrece talleres y recursos didácticos hasta Educación Secundaria de forma gratuita, con el apoyo económico y organizativo de la Fundación de Cultura y Deporte de Castilla la Mancha (López y Gómez, 2022). Sin embargo, esta no es la única experiencia que encontramos en nuestro país.

El ya mencionado Museo Guggenheim de Bilbao, inaugurado en 1997, es uno de los máximos exponentes de todo lo recogido en este artículo: funciona como catalizador económico de primer orden, un centro de cultura y prestigio y un lugar dinamizador y educador. Adscrito a la Fundación Solomon R. Guggenheim americana, cuenta con una sección educativa que define sus señas de trabajo e identidad. El Guggenheim Bilbao busca que sus salas sean herramientas de aprendizaje, fomentando el diálogo y la cultura vasca, desarrollando el amor por el entorno y potenciando capacidades individuales como la creatividad e imaginación, ensalzando el papel de las emociones en los procesos artísticos. El museo pone a disposición de docentes de Educación Infantil, Primaria y Secundaria sesiones de orientación para dar a conocer los recorridos a realizar acompañados de un guía de la propia institución. Del mismo modo, el museo ofrece visitas gratuitas para el mismo colectivo, itinerarios por sus exposiciones, visitas de tipo virtual e, incluso, visitas autoguiadas, donde el docente toma el papel de guía como lo haría el conservador. Junto a todo esto, se posee material imprimible desde los 3 años de edad, de modo que los estudiantes dibujen, pinten o resuelvan cuestiones relacionadas con el museo. Para cursos superiores y profesorado, cuentan con guías didácticas que explican las obras, las zonas del museo y que permiten preparar las visitas y enlazar las tareas y contenidos con el trabajo de aula.

Una de las experiencias llevadas recientemente a cabo por el Museo Guggenheim Bilbao, en colaboración con alumnos de la ciudad de Oviedo (Asturias), fue la de acercar a los mismos la obra de la artista japonesa Yayoi Kusama a través de actividades que fomentasen su capacidad creativa replicando y adaptando las obras de la exposición (Parravicini, 2023).

Otro de los museos de referencia en el plano formativo es el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, fundado el año 1992 en Madrid, es uno de los grandes museos del panorama nacional español, con más de tres millones de visitantes, en el año 2022, a todas sus sedes. El museo, que también presenta un claro interés en la esfera educativa, cuenta con un Área de Educación especializada, donde no solo se organizan proyectos para niños y adolescentes, sino que también para personas de toda edad en búsqueda

de formación permanente. Su programa educativo se articula alrededor de la colección *Desaprender*, y fue iniciado en 2019. Este busca convertir el museo en una escuela, de modo que la labor del museo mejore cualitativa y cuantitativamente en cuanto a la transmisión de conocimientos. Este programa tiene una visión de futuro, a largo plazo, y sus actividades están orientadas a crear alianzas sociales a través de la participación activa, incluyendo a niños, adolescentes, adultos y ancianos por igual, pues todos tienen algo que aportar al museo. Desde el Área de Educación de este museo se defiende este programa como medio para lograr mayor igualdad social en la esfera de los museos públicos y sus actividades gratuitas, sin olvidar temas transversales como el medioambiente, el feminismo o las necesidades del mundo contemporáneo (Área de Educación del Museo Reina Sofía, 2019). La colección *Desaprender* continúa publicándose tras los periodos de pandemia y confinamiento, haciendo énfasis en su última publicación en el museo como escuela de valores, tolerancia y empatía con aquellos con discapacidades, mediación y la deconstrucción del centro educativo para su mejora (Área de Educación del Museo Reina Sofía, 2023).

En Extremadura, el Museo Nacional de Arte Romano, inaugurado en su emplazamiento actual en 1986, fundado originalmente en el año 1838 bajo el nombre de Museo Arqueológico de Mérida, en Mérida (Extremadura), es uno de los 16 museos nacionales que, debido a su carácter de Museo Nacional de España y su adscripción al Ministerio de Cultura y Deporte, es gestionado exclusivamente por la Dirección General de Bellas Artes y Patrimonio Cultural. Además, su edificio es considerado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO desde el año 1993 (Barrero, 2017). Al igual que los museos previamente analizados, la institución emeritense goza de una buena salud a la hora de ejercer como ente educativo y formador. En su página web se recoge una guía didáctica completa, donde se engloban no solo los diferentes contenidos, sino que, también, se exponen objetivos de la visita y, mucho más importante, normas que el profesorado debe transmitir al alumnado para el correcto funcionamiento del museo una vez se encuentren en este. El documento plantea diferentes rutas e itinerarios que pueden realizarse en el museo y ya plantea, como lo haría un libro de texto, curiosidades a modo de introducción, con su respuesta desarrollada de forma visualmente llamativa para el alumno. Estas guías, que están orientadas al docente, también pueden ser entregadas a alumnos de Educación Secundaria, pues tienen un contenido que puede ser comprendido y analizado por los mismos. Entre las materias a tratar encontramos explicaciones

sobre la vida en la antigua Emérita Augusta y temas relacionados con la cultura romana, su ejército e, incluso, la mitología.

Estos museos ejemplifican y definen, junto a tantos otros de la geografía nacional, la importancia real de la educación patrimonial. Este concepto, explorado por primera vez hace poco más de dos décadas, pone en relieve las conexiones cognitivas y emocionales de las personas para con su entorno material (bienes) próximo (Fontal, 2003). Este proceso, como ya hemos visto, es tanto formal como informal (Santacana et al., 2017) debido a su carácter persistente a lo largo de nuestras vidas; es decir, el aprendizaje de los valores que extraemos de nuestro patrimonio se conforma como un aprendizaje permanente (Marín-Cepeda y Fontal, 2023). Este conjunto de necesidades se materializa en programas como el plan Museos+ Sociales del Ministerio de Cultura que, desde 2015, busca hacer los museos más accesibles a aquellos con menos recursos como medio de cohesión social, combatiendo preceptos que pudieran generar una brecha que aislase a la población de su patrimonio y agravase los problemas de estas organizaciones.

Este acercamiento trasciende, no obstante, y en relación con la vertiente económico-turística que hemos desarrollado al comienzo de esta investigación, a lo meramente social. Como observan Hernández et al. (2021), la sucesión de planes nacionales que relacionan educación y patrimonio tienen un trasfondo marcado por el turismo como elemento influyente y sobre el que influir. Más allá de los planes didácticos, que pertenecen a la esfera formal y reglada de la enseñanza, otro tipo de instituciones, como los museos botánicos o los centros de interpretación, generan formas atractivas de difusión tanto publicitaria (es decir, la mercadotécnica mencionada anteriormente) como crítica (en relación al análisis y cuidado del patrimonio). A través de esta actitud crítica, ciudadana, es como se trabaja el turismo sostenible, tanto a nivel material como medioambiental. El consumo responsable de estos medios genera sinergias positivas que lo hacen atractivo en el largo plazo, y pone de relieve la consecución del acercamiento y comprensión de una variedad de culturas, situaciones e historias (Mateos, 2008; Santamarina-Campos, 2024) sin dejar de lado el posible aprovechamiento económico de los mismos que, como vemos, dista de ser baladí.

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Lo visto y descrito a lo largo de esta investigación permite identificar con claridad las diversas áreas de influencia de los museos en

la sociedad. Tal y como se ha observado, los museos tienen verdaderas responsabilidades para con el entorno que les rodea y, por tanto, deben poder asegurar su funcionamiento eficaz, fiable y eficiente, labor que se antoja difícil en estos años posteriores a la pandemia de COVID-19. Pese a las dificultades para ser instituciones económicamente rentables, su capacidad de educar e influir positivamente en la sociedad, así como su trabajo para preservar el legado de pueblos y artistas, los hace valiosos como herramienta sociocultural y, por tanto, parece claro que, al igual que el sistema educativo, estas instituciones no deberían perseguir, en modo alguno, el modelo mercantil propuesto tangencialmente en nuestra introducción (Rushton, 2017) ya que alejaría sensiblemente los museos, tanto por cuestiones psicológicas como económicas, el acceso a los mismos de los niveles socioeducativos medios y bajos. Al igual que el modelo escolar mayoritario en España y Europa, la gratuidad del acceso a la información histórica y artística, así como a la formación cultural, no debe ser algo que se grave por sí mismo, y es que el esfuerzo del sector público, distribuyendo de forma correcta los recursos necesarios, no deja de ser una inversión en el capital humano del presente o del futuro.

De hecho, y de acuerdo a las consideraciones del Laboratorio Permanente de Público de Museo (2015), del Ministerio de Cultura y Deporte (2021) y las apreciaciones a lo largo de dos décadas de Lorente (2023) en relación al Museo Guggenheim Bilbao, parece sensato poder señalar la efectividad de los notables esfuerzos del sector museístico en materia de concienciación, transformación e innovación social. Sin embargo, pese a este empeño, amplios sectores de la población parecen no sentirse atraídos, bien por desinterés, bien por incapacidad de conciliar las visitas a museos con su tiempo libre, por la extensa oferta de museos de nuestro país. Esto cobra especial importancia cuando se comprende que las personas sin estudios o con formación básica son aquellas que más se podrían beneficiar, marginalmente, de la exposición a los contenidos formativos dentro de los museos, dotando de verdadero valor a su labor pública y publicitaria. La posibilidad de ampliar talleres a personas desempleadas y alentar a los museos a cooperar de manera visible y activa con iniciativas sociales, no solo dedicadas al campo de la educación formal, es posiblemente una de las formas más efectivas de poder aumentar las visitas a los mismos por parte de este sector de la población.

También parece claro que los museos realizan, independientemente de su capacidad económica, situación geográfica o exposiciones ofrecidas, una constante labor de producción didáctica, ofreciendo a los centros educativos y tutores una herramienta constructivista eficaz que ya se ha llevado a cabo con éxito en múltiples

ocasiones, como constatan Becerra y Borges (2017), permitiendo a los alumnos aprender un extenso abanico de conocimientos transversales, sin necesidad de centrarse en una única asignatura. Las instituciones museísticas funcionan, también, para el desarrollo psicoemocional del alumnado a través de propuestas como las ilustradas por el Área de Educación del Museo Reina Sofía (2019; 2023) o por Parravicini (2023), que son argumento claro de cómo los museos viven en constante evolución para con su entorno y buscan desafiar prejuicios y generar actitudes críticas y responsables en aquellos que participan en las mismas.

No obstante, queda un largo trabajo por hacer, principalmente en materia de cooperación y coordinación entre instituciones. Lo aquí expuesto deja claro que los museos mantienen en el tiempo, desde antes del periodo de confinamiento y tras este, una oferta que no es totalmente aprovechada por los colegios e institutos. La baja cantidad de visitas de la población en edad infantil es responsabilidad parcial, compartida con sus progenitores, de las instituciones educativas y, por tanto, cabe reflexionar, a futuro, sobre cómo podrían incluirse en las programaciones didácticas, situaciones de aprendizaje y planes de aula las actividades de educación informal que suponen las salidas a los museos; si el modelo educativo actual no utiliza tales herramientas o prepara de forma correcta a los docentes (Suárez et al., 2021) es cuando podría considerarse que los recursos y esfuerzos de los museos se están desaprovechando, mas no por la inacción de los segundos. La noción de educación patrimonial no parece llegar con claridad a las aulas, con pocos niños, como exponen datos de la Cuenta Satélite de la Cultura en España, siendo expuestos a la oferta museística y sin planes definidos que permitan una actuación conjunta en esta área. De hecho, no se debería perder de vista la retroalimentación observada entre museos, el valor formativo marginal para sus visitantes, la concienciación para la conservación de los mismos y cómo un uso responsable en el ámbito turístico redundaría en un aumento de visitas a otras instituciones semejantes, siempre en el marco de la protección y comprensión de sociedades y culturas propias y ajenas.

Finalmente, futuras investigaciones deberán ahondar más, por un lado, en el perfil específico de aquellos que no visitan los museos, así como comparar los mismos con las motivaciones y percepciones de los visitantes habituales y, por otro lado, profundizar en las consideraciones e implicaciones didácticas del uso concreto de los museos, analizando experiencias reales tras la COVID-19. Ambas cuestiones reforzarían lo aquí expuesto y deberían ser capaces de dar una base y marco de elaboración de estrategias que atraigan a nuevos visitantes a las salas de los museos nacionales.

## REFERENCIAS

- AGOSTINO, D., ARNABOLDI, M., y LAMPIS, A. (2020). Italian state museums during the COVID-19 crisis: from onsite closure to online openness. *Museum Management and Curatorship*, 35(4), 362-372. <https://doi.org/10.1080/09647775.2020.1790029>
- ÁLVAREZ, C. Á., y EGUREN, M. G. (2011). Museos pedagógicos: ¿Museos didácticos?. *Didáctica de las ciencias experimentales y sociales*, 25, 103-116. <https://doi.org/10.7203/dces..2364>
- Área de Educación del Museo Reina Sofía. (2019). *GIRA: Colección Desaprender 1*. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- Área de Educación del Museo Reina Sofía. (2023). *ES-CUELA PERTURBABLE: Colección Desaprender 2*. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.
- AVRAHAM, E. (2021). Recovery strategies and marketing campaigns for global destinations in response to the Covid-19 tourism crisis. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(11), 1255-1269. <https://doi.org/10.1080/10941665.2021.1918192>
- BARRERO, N. (2018). Comunicar en el museo. El caso del Museo Nacional de Arte Romano (Mérida, España). En Rolo, M. (Ed.), *Arqueologia 3.0. I. Da Escavação Ao 3D. Gestão, inovação e divulgação em arqueologia* (pp. 163-174). Fundação da Casa de Bragança.
- BATAT, W. (2020). How can art museums develop new business opportunities? Exploring young visitors' experience. *Young Consumers*, 21(1), 109-131. <https://doi.org/10.1108/YC-09-2019-1049>
- BECERRA, M. T., y GÓMEZ, S. M. (2022). *Educación y museos*. Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones. <http://hdl.handle.net/10662/14633>.
- BOKOVA, I. G. (2015). Recommendation concerning the protection and promotion of museums and collections, their diversity and their role in society. *UNESCO*.
- CANO, T. R. (2020). UNESCO World Heritage and digital marketing: The case of Monumental Consortium of Mérida. *IROCAMM: International Review of Communication and Marketing Mix*, 3(1), 92-103. [10.12795/IROCAMM.2020.v01.i03.07](https://doi.org/10.12795/IROCAMM.2020.v01.i03.07)
- Comité Internacional de Educación y Acción Cultural. (2022). *Best Practice 10. A tool to improve museum education internationally*. Consejo Internacional de Museos.
- Directorio de Museos de España. (2023). *Cifras oficiales de museos resultantes de la revisión del Directorio de Museos de España*. Recuperado de la base de datos del Directorio de Museos de España, Ministerio de Cultura y Deporte.
- FONTAL, O. (2003). *La Educación Patrimonial: Definición de un modelo integral y diseño de sensibilización* [Tesis doctoral, Universidad de Oviedo]. Repositorio Institucional de la Universidad de Oviedo. <https://doi.org/10.17398/2531-0968.13.10>
- FRIEL, B., FARRELL-BANKS, D., y McDERMOTT, P. (2024). Community Resilience and Recovery: The Restorative Museum and Heritage Sector Response to Covid-19. En V. Tischler, y K. Gray (Eds.), *Creative Approaches to Wellbeing: The Pandemic and Beyond* (pp. 114-133). Manchester University Press. <https://doi.org/10.7765/9781526172600.00014>
- HOYER-HANSEN, T. (1984). El Museo como educador. *Museum*, 36(4), 176-183.
- HEIN, G. E. (2005). The role of museums in society: Education and social action. *Curator*, 48(4), 357. <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.2005.tb00180.x>
- HEIN, G. E. (2006). *Museum education. A companion to museum studies*. Blackwell Publishers Ltd. <https://doi.org/10.1002/9780470996836.ch20>
- HERNÁNDEZ, A. M., MOROÑO, A., y GUILLÉN, R. (2021). La educación patrimonial como pilar fundamental en el desarrollo del sector turístico. En F.J. Cambero, A. Díaz, Y. Fernández, M. Sánchez-Oro, J. E. López, y C. Rodríguez (coords.), *Recursos turísticos, territorio y sociedad en Extremadura: catalogación, nuevos usos y perspectivas* (pp. 365-383). <http://hdl.handle.net/10662/12469>
- JANES, R. R. (2020). Museums in perilous times. *Museum Management and Curatorship*, 35(6), 587-598. <https://doi.org/10.1080/09647775.2020.1836998>
- KING, E., SMITH, M. P., WILSON, P. F., y WILLIAMS, M. A. (2021). Digital responses of UK museum exhibitions to the COVID-19 crisis, March-June 2020. *Curator: The Museum Journal*, 64(3), 487-504. <https://doi.org/10.1111/cura.12413>
- KÖSTER, P. R. (2007, febrero). Museos y excelencia en las ciudades. En *Museos y ciudades: nuevos escenarios para el desarrollo: nuevos escenarios para el desarrollo* (pp. 24-39). Área de Cultura. <https://doi.org/10.550/10550/76790>
- Laboratorio Permanente de Público de Museo. (2015). *Proyectos educativos y culturales en museos. Guía básica de planificación*. Ministerio de Cultura y Deporte.
- Laboratorio Permanente de Público de Museos. (2022). *Estudio sobre el impacto de la COVID-19 en el público de los museos*. Ministerio de Cultura y Deporte.
- LÓPEZ, M. Á., y GÓMEZ, M. (2022). Los departamentos didácticos de los museos: el Museo de Cuenca y su Departamento de Educación y Acción Cultural. *Los departamentos didácticos de los museos: el Museo de Cuenca y su Departamento de Educación y Acción Cultural*, (pp. 239-274). <https://doi.org/10.2307/j.ct-v36k5dkd>
- LORENTE, J. P. (2023). Reviewing the «Bilbao effect» inside and beyond the Guggenheim: Its coming of age

- in sprawling cultural landscapes. *Curator: The Museum Journal*, 1-15. <https://doi.org/10.1111/cura.12578>
- MAIRESSE, F. (2021). Museums Around the World in the Face of COVID-19. *UNESCO*.
- MARÍN-CEPEDA, S., y FONTAL, O. (2020). Percepciones de estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria en torno al Patrimonio. *Arte, individuo y sociedad*, 32(4), 917-933. <https://doi.org/10.5209/aris.64657>
- MARTIN, A. (2002). The impact of free entry to museums. *Cultural Trends*, 12(47), 1-12. <https://doi.org/10.1080/09548960209390329>
- MATEOS, S. M. (2008). Hacia una comunicación global del patrimonio cultural, o cómo potenciar su uso fomentando su preservación. En S. M. Mateos (Ed.) *La comunicación global del patrimonio cultural* (pp. 19-50). Ediciones Trea.
- Ministerio de Cultura y Deporte. (2021). *Cuenta Satélite de la Cultura en España*. <https://www.cultura.gob.es/dam/jcr:75441c6f-d1d9-48c7-acd4-a1572a899a75/cuenta-satelite-de-la-cultura-en-espa-a-2015-2021.pdf>.
- Ministerio de Defensa. (2021). *Presupuesto del Ministerio de Defensa*. <https://www.defensa.gob.es/Galerias/presupuestos/presupuesto-MINISDEF-2021.pdf>.
- NAKOU, I. (2006). Museums and history education in our contemporary context. *International journal of historical learning, teaching and research*, 6(1), 83-92. <https://doi.org/10.18546/HERJ.06.0.11>
- PARRAVICINI, A. (2023, 24-25 de mayo). De aquí al infinito: taller de educación artística sobre Yayoi Kusama. *5th Interdisciplinary and Virtual Conference on Arts in Education*, 46-50.
- PASCOAL, S., TALLONE, L., y FURTADO, M. (2021). Learning the role of museums as drivers of development. En *Perspectives and Trends in Education and Technology: Selected Papers from ICITED 2021* (pp. 219-228). Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-16-5063-5>
- PAZ, M. B., MARÍNEZ, Á., y GERMADE, D. (2023). El museo portátil: Un recurso didáctico interdisciplinar. *IJABER. International Journal of Arts-Based Educational Research*, 2(1), 14-27. <https://doi.org/10.17979/ijaber.2023.2.1.10139>
- POURMORADIAN, S., SALEK, O. y HOSSEINI, S. Y. (2021). Museum Visitors' Interest on Virtual Tours in COVID-19 Situation. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 4(52), 877-885. [https://doi.org/10.14505/jemt.v12.4\(52\).02](https://doi.org/10.14505/jemt.v12.4(52).02)
- RIVERO, P., NAVARRO-NERI, I., GARCÍA-CEBALLOS, S., y ASO, B. (2020). Spanish archaeological museums during COVID-19 (2020): An edu-communicative analysis of their activity on twitter through the sustainable development goals. *Sustainability*, 12(19). <https://doi.org/10.3390/su12198224>
- RUIZ GÓMEZ, A. (2023). Los debates del concepto de «museo» del Consejo Internacional de Museos en clave luso e hispanoparlante. *MIDAS. Museus e estudos interdisciplinares*, (17). <https://doi.org/10.4000/midas.4670>
- RUSHTON, M. (2017). Should public and nonprofit museums have free admission? A defence of the membership model. *Museum Management and Curatorship*, 32(3), 200-209. <https://doi.org/10.1080/09647775.2016.1263969>
- SANTACANA, J., MARTÍNEZ, T., y ASENSIO, M. (2017). Investigando en Educación Patrimonial: los museos y la inclusión Cultural en la Educación Secundaria. *Her&Mus. Heritage & Museography*, 17, 15-23. <https://raco.cat/index.php/Hermus/article/view/328025>
- SANTAMARINA-CAMPOS, V. (2023). Implementación de los ODS en la Práctica de la Conservación del Patrimonio Cultural. *Zenodo*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7782650>
- SANTANDREU, M., y RIVERO-MORENO, L. D. (2023). Are contemporary art museums non-profit institutions? Axioms, paradoxes, and contradictions on the economic role of museums. *Museum Management and Curatorship*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/09647775.2023.2289120>
- Secretaría General de Financiación Autonómica y Local. (2020). *Presupuestos Generales de las Comunidades Autónomas*. Secretaría de Estado de Hacienda, Ministerio de Hacienda. <https://serviciostelematicosext.hacienda.gob.es/SGCIEF/PublicacionPresupuestos/asp/MenuRep.aspx?ejerRE=2020>.
- SUÁREZ, M. Á., CALAF, R., GUTIÉRREZ, S. y URBANO, A. (2021). Investigación evaluativa de visitas guiadas con escolares: hacia la profesionalización en la educación museística. *Revista Complutense de Educación*, 32(4), 515-524. <https://doi.org/10.5209/rced.70725>
- THOMAS, N. (2016). *The return of curiosity: What museums are good for in the 21st century*. Reaktion Books. <http://dx.doi.org/10.14434/mar.v11i1.23542>

# 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](mailto:revistahermus@gmail.com)

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

