

## Educación e identidad a través de las webs de los museos andaluces\*

**J. M. Cuenca López, M. Martín Cáceres y J. Estepa Giménez**

Dpto. Didáctica de las Ciencias y Filosofía. Universidad de Huelva. Avda. de las Fuerzas Armadas s/n. 21007. Huelva, España

\* Publicación resultado de un proyecto de investigación financiado por el Centro de Estudios Andaluces (Ref. CULB1 05/030)

Los museos, como instituciones dedicadas a la investigación, conservación y difusión del patrimonio, tienen la responsabilidad de gestionar los procesos de comunicación social de los fondos que estudian y protegen, sobre los cuales debe fundamentarse la transmisión y comprensión de nuestra cultura. Las webs diseñadas por estas instituciones se convierten en uno de los recursos de mayor relevancia para el desarrollo de esta labor, al tiempo que actúan como un importante complemento a la actividad profesional de los docentes para el desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje de las ciencias sociales.

Presentamos un estudio, centrado en los museos de titularidad autonómica situados en las provincias de Huelva, Sevilla, Cádiz y Córdoba, de carácter interpretativo y cualitativo, en el que, basándonos en la elaboración y aplicación de unos instrumentos de investigación para la obtención y análisis de la información, buscamos una aproximación a la visión del patrimonio que se transmite en las webs de los museos, las propuestas didácticas que se plantean y la imagen de Andalucía que se enseña.

**Keywords** Didáctica de las Ciencias Sociales; museo; patrimonio; identidad; web

### 1. Introducción

El hecho de entender el museo como una institución social, capaz de aproximarse al significado cultural de la sociedad en la que se inscribe, hace que se convierta en un centro de educación patrimonial y en un fenómeno capaz de reactivar la realidad cultural de su entorno. De esta forma, el museo puede ser un claro referente identitario, potenciando la cultura propia al mismo tiempo que propicia el respeto a las características culturales diferentes y la importancia del hecho diferenciador/unificador entre la diversidad de culturas. Así, el museo se convierte en uno de los instrumentos básicos para la difusión del reconocimiento e identificación cultural, la comunicación de las raíces sociales y la enseñanza del patrimonio.

La función educativa en los museos se ha visto tradicionalmente relegada a un segundo plano ya que los técnicos han valorado, por encima de ésta, las funciones de investigación y conservación. Es por ello, que en la mayoría de los casos el aspecto educativo se ha apoyado fundamentalmente en la visita a unas exposiciones que por lo general no cuentan con el tratamiento didáctico adecuado y sólo en escasas ocasiones esta visita se acompaña de guías o materiales educativos realizados ex proceso para el conocimiento y comprensión de los contenidos expuestos [1].

Es en este marco donde surge un nuevo recurso que puede revolucionar los procesos de enseñanza/aprendizaje de los contenidos histórico-patrimoniales presentes en los museos, Internet y el diseño de páginas webs, donde el usuario interactúa seleccionando los contenidos que más le interese y secuenciando los mismos según sus necesidades, al tiempo que realiza un aprendizaje autónomo, dinámico, activo y participativo.

A través de estas herramientas, los docentes de todos los niveles educativos cuentan con un importante apoyo para su labor profesional. Estos recursos TICs poseen un enorme potencial didáctico, aportando gran cantidad de información, reconstrucciones virtuales, dinamicidad, motivación y una capacidad de

interacción mucho más allá de las posibilidades que ofrecen las visitas reales a los centros museísticos y patrimoniales. Así, una línea básica a trabajar en esta nueva visión de museo es la interacción institución-patrimonio-público [2], a través de propuestas dinámicas, participativas e interactivas, en las que el visitante, independientemente de la edad o de sus características específicas, pase de mero receptor a comunicador, estableciéndose una relación multidireccional entre esos tres elementos.

En este sentido parece relevante analizar diferentes webs diseñadas por diversas instituciones museísticas, con el objeto de comprobar el potencialidad didáctico de estos recursos, centrándonos en tres aspectos: qué visión del patrimonio se transmite, qué imagen de Andalucía se proyecta (raíces culturales, tendencias sociales...) y cómo se realiza esta comunicación (estrategias de transmisión y recursos empleados para ello).

## 2. Metodología

La investigación se inscribe en el marco de Andalucía Occidental (Huelva-Sevilla-Cádiz-Córdoba), entendiendo este ámbito como un referente espacial y cultural de características similares, que puede aportar unos resultados coherentes y que en un futuro puede ampliarse a otros ámbitos analíticos para la extensión del estudio y la comprobación de los resultados obtenidos.

La muestra de análisis consiste en las webs diseñadas por los museos de titularidad autonómica, como centros de comunicación patrimonial de mayor impacto social, tanto desde una perspectiva cuantitativa como cualitativa. Concretamente se trabaja con los museos provinciales de Huelva y Cádiz, el Museo de Bellas Artes, Arqueológico y Artes y Costumbres Populares de Sevilla y Museo de Bellas Artes y Arqueológico y Etnológico de Córdoba, todos integrados en el Portal de Museos de la Junta de Andalucía [3].

El planteamiento metodológico general se caracteriza por una visión holística, la comprensión e interpretación del significado de los fenómenos sociales, la explicitación de los valores del investigador, la asunción de la necesidad de la integración entre teoría y práctica y el subjetivismo reconocido que, entre otros, son todos ellos identificativos de los estudios cualitativos [4-6], tomando como referente la experiencia de investigaciones previas similares [7-8].

Para el desarrollo del estudio que aquí se presenta se parte del diseño de dos instrumentos de investigación: uno para la obtención de información y otro para el análisis de la misma. El instrumento de primer orden consiste en una rejilla de observación que permite el análisis sistemático y sistémico de las diferentes webs objeto de estudio. Paralelamente, y en interacción con el primero, se realiza el diseño del instrumento de segundo orden, un sistema de categorías, variables analíticas e indicadores de observación que orienta el análisis de los diferentes aspectos que consideramos cruciales dentro de la investigación para obtener los resultados que perseguimos en ella (tabla 1).

Ambos instrumentos han sufrido un proceso de validación, a través de la consulta a expertos y su experimentación práctica en dos casos concretos, las webs del Museo Arqueológico y Minero de Riotinto (Huelva) y del Centro Andaluz de Arte Contemporáneo (Sevilla).

**Tabla 1** Instrumento de análisis: sistema de categorías, variables e indicadores.

CATEGORÍAS	VARIABLES	INDICADORES
I. Concepto de patrimonio	1. Perspectiva sobre el patrimonio	Excepcionalista
		Monumentalista
		Estética
		Histórica
		Simbólico-identitaria
	2. Nivel de interdisciplinariedad	Unidisciplinariedad
		Multidisciplinariedad
		Interdisciplinariedad

II. Estrategias de comunicación patrimonial	3. Conexión con el entorno	Sin connexion
		Intermuseum
		Territorial
		Interterritorial
	4. Contextualización	Funcional
		Temporal
		Espacial
		Social
	5. Tipo de comunicación	Unidireccional
		Recíproca
		Multidireccional
	6. Recursos didácticos	Pasivos tradicionales
		Pasivos TICs
Representación integral del entorno		
Activos tradicionales		
Activos TICs		
7. Finalidad	Academicista	
	Práctica-conservacionista	
	Crítica	
III. Imagen de Andalucía	8. Escalas de identidad	Localista
		Andaluza
		Española
		Multiidentitaria
	9. Elementos de identidad andaluza	Aidentitario
		Estereotipos
Señas de identidad		

### 3. Resultados y discusión

La Junta de Andalucía en su portal de Museos ha posibilitado que cada uno de los Museos de Titularidad Autonómica, y aquellos de titularidad nacional que están bajo la tutela de la Consejería de Cultura andaluza, posean una página web que sea el escaparate de estos museos al exterior. Señalábamos en la introducción la potencialidad que para el proceso educativo podría tener esta herramienta, tanto para docentes como para los propios alumnos, si se le daba un tratamiento adecuado en el que la función educativa estuviese presente.

Todas las webs presentan un guión preestablecido en el que se proporciona una información general, la historia del museo, las colecciones, la difusión, así como unos enlaces de interés junto con las novedades. Al analizar las diferentes webs podemos determinar que la visión del patrimonio que presentan es de carácter excepcionalista en todas ellas. Muestra de ello es la propia redacción del epígrafe colecciones, donde un primer punto se dedica a las obras excepcionales que centran el discurso museográfico de la web. En cuanto al nivel de interdisciplinariedad, la versión virtual de los museos mantiene el criterio establecido en las propias instituciones a las que están adscritas. Así encontramos páginas unidisciplinarias (museo BB.AA., Arqueológico y Artes y Costumbres todos ellos de Sevilla y BB.AA. de Córdoba) y multidisciplinares (Museo de Huelva, Museo de Cádiz y Museo Arqueológico y Etnológico de Córdoba), pero en ningún caso se presentan interrelaciones entre las diferentes materias y contenidos disciplinares conservados y comunicados en los museos.

En la categoría segunda, dónde se analizan las estrategias de comunicación patrimonial, dentro de la variable conexión con el entorno encontramos que todas presentan una relación intermuseal, ya que a través de los enlaces se pueden establecer lazos de conexión con otros museos del entorno, posibilitando vínculos con otras instituciones culturales. En cuanto a la contextualización, encontramos que responden a los parámetros temporales y espaciales, el primero debido a que el proceso de comunicación se establece según criterios de organización cronológicos, y el segundo debido a que se centra en las provincias en las que se ubica el museo. El tipo de comunicación es unidireccional, la web proporciona toda la información y no deja espacio para que el usuario interactúe, en este sentido se puede afirmar que se ha desaprovechado la posibilidad que este medio ofrece. Por todo ello el tipo de recursos didácticos empleados se encuadran dentro de los denominados pasivos TICs, ya que al presentarse las webs sin interacción no posibilita la participación activa del usuario. Finalmente, para concluir las estrategias de comunicación, en lo que a la finalidad del proceso de comunicación patrimonial se refiere, es totalmente academicista buscando ofrecer una serie de conocimientos de hechos e informaciones de carácter cultural, ilustrado con fotografías de las salas o de alguna de las piezas, renunciando a fomentar una actitud crítica que favorezca el desarrollo de unos ciudadanos comprometidos que valoren y respeten los elementos patrimoniales.

Es importante, antes de terminar el análisis de la segunda categoría, hacer un alto en un recurso didáctico empleado, de forma desigual, en algunas de las páginas webs de los museos objeto de análisis: las visitas virtuales. En este caso tampoco se permite que el usuario interactúe sino que se posibilita la realización de una visita por las estancias visitables del museo (salas, patios y tienda). Señalábamos que el tratamiento que presentan estas visitas virtuales en los tres museos en las que existe, Museo de Cádiz, Museo de Bellas Artes de Córdoba y Museo de Bellas Artes de Sevilla, es desigual. En los dos primeros casos a través de la visita virtual se hace aún mayor hincapié en el concepto de excepcionalidad que transmiten estos museos, destacando aquellas piezas de mayor relevancia y proporcionando una descripción técnica, mientras se sigue un itinerario preestablecido, según el diseño museográfico de la propia institución. En el Museo de Bellas Artes de Sevilla, aunque la filosofía es la misma, encontramos un diseño mucho más avanzado que permite girar 360° en sentido este/oeste-oeste/este y en sentido norte/sur-sur/norte, permitiendo la selección del recorrido según el interés del usuario, alejándose así de la perspectiva excepcionalista de las piezas, ya que todas presentan el mismo tratamiento, mediante su ficha técnica y el visitante puede atender a aquella que más le interese independientemente del valor intrínseco de la misma.

Finalmente, en la tercera categoría se analiza la imagen que de Andalucía presentan estos museos. Se puede afirmar que esta imagen es esencialmente localista, ya que actúan administrativamente, como museos provinciales por lo que se centran en un espacio geográfico concreto, con la excepción del Museo de Bellas Artes de Sevilla que abarca un mayor espectro geográfico aunque la mayoría de sus piezas se encuadren dentro de las escuelas sevillanas. En cuanto a los elementos de la identidad andaluza que se encuentran presentes en las diferentes exposiciones virtuales, hemos de indicar que son prácticamente nulos. Es decir, las diferentes piezas, obras y recursos expositivos no transmiten ninguna referencia cultural relacionada con elementos propios de la identidad andaluza, ya sean estereotipados o propias señas de identidad. En realidad, esta visión identitaria llega a parecer un criterio implícito de los programas museográficos de estos centros, ya que, a pesar de la gran cantidad de información, imágenes y recursos presentes en la web no se presenta una relación clara y directa con los aspectos culturales propios del hecho andaluz.

Más allá del estudio por categorías desarrollado a partir de nuestros instrumentos de análisis, encontramos una serie de aspectos en las webs revisadas que merecen ser tenidos expuestos en la presente comunicación. En primer lugar llama la atención, cuanto menos, que a pesar de que todos estos museos cuentan con gabinetes pedagógicos que diseñan materiales y actividades para el público escolar, no aparezcan ni siquiera mencionados, y, por supuesto, no se presentan modelos de actividades o propuestas didácticas elaboradas por ellos. Con ello queda patente una vez más la poca importancia que se da en estas instituciones a la función educativa, hasta el punto que dentro del apartado de difusión aparece un subapartado denominado actividad educativa y una vez dentro se reduce, en su mayoría, a una solicitud a través de la cual los centros educativos pueden solicitar una visita al museo.

En este sentido, tenemos que hacer una salvedad en el caso del Museo de Bellas Artes de Sevilla en cuya web se presenta la actividad denominada *Recorrido Infantil. El Museo de los niños*. Aquí se propone un itinerario por todas las salas del museo en el que se han seleccionado una serie de piezas mediante las cuales se incita al niño a investigar, experimentar, comparar, analizar y entender no sólo el museo y su discurso, sino las piezas, las técnicas, la cronología y todos aquellos aspectos interesantes para conocer el patrimonio desde una perspectiva más genérica y divertida.

#### 4. Conclusiones

Las nuevas tecnologías están posibilitando que los museos lleguen a un mayor número de personas, ya que a través de sus páginas webs y de las vistas virtuales se posibilita un mayor acceso. Ahora bien, estas páginas y visitas no han hecho otra cosa que trasladar a la red las mismas controversias que la institución museística posee, pues a la pregunta de si son accesibles los museos al gran público y si cumplen la función social y educadora que se les presupone, hay que responder nuevamente que no. Las webs reproducen de forma fiel los diseños expositivos de los museos, se destacan unas piezas por encima de otras en función a criterios excepcionalistas, cuando se describen las colecciones se presentan las obras singulares, en las visitas virtuales se da una descripción absolutamente técnica de la pieza, en algunos casos hasta más información que la que se da en el propio museo. Con esto no queremos decir que estos recursos no sean interesantes, ya que de una u otra forma consiguen que cualquier ciudadano del mundo pueda visitar estos museos, aunque consideramos que una vez más se pierde la potencialidad didáctica que las TIC proporcionan, para que los museos sean cultural y socialmente significativos, especialmente en el caso del público escolar. En esta línea, la comunicación de contenidos propios de la cultura andaluza se mantiene totalmente alejada de los objetivos perseguidos por estos centros, que se concretan en la transmisión de conocimiento histórico o artístico, desde una perspectiva puramente disciplinar, apartados de los intereses y expectativas sociales.

Las webs se presentan como tableros de anuncios virtuales, o más bien electrónicos en los que se accede a datos de interés tan sólo con un clic de ratón, incluso en las webs que no poseen visitas virtuales se propone un itinerario que coincide con el de la visita física, no aparecen ninguna propuesta o actividad didáctica. Además hay que tener en cuenta que todo el público que accede a Internet no tiene los mismos conocimientos y la misma edad por lo que se hecha de menos la posibilidad de presentar diferentes opciones en las mismas, adaptando el discurso a todo tipo de públicos, aspecto que puede ser complicado realizarlo físicamente y que sería de gran valía en la red.

Para resumir se podrían decir que la falta de interacción sería el elemento definitorio de estas webs ya que la comunicación unidireccional imposibilita cualquier tipo de relación dentro del trinomio museo-patrimonio-público, convirtiéndose éste, una vez más, en mero espectador.

#### Referencias Bibliográficas

- [1] J. M. Cuenca y M. Martín, *Proceedings del Congreso Internacional de Investigación Educativa*, Temuco, Chile, 24-26 agosto 2005, pp. 22-31.
- [2] L. Solanilla, <http://www.uoc.edu/humfil/articles/esp/solanilla0302/solanilla0302.html>, 2002
- [3] <http://www.juntadeandalucia.es/cultura/museos>
- [4] J. M. Delgado y J. Gutiérrez, *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales* (Síntesis, Madrid, 1999).
- [5] W. Wiersma, *Research Methods in Education. An Introduction* (Allyn & Bacon, Boston, 2000).
- [6] J. L. Losada y R. Lopez-Feal, *Métodos de Investigación en Ciencias Humanas y Sociales* (Thomson-Paraninfo, Madrid, 2003).
- [7] J. M. Cuenca y J. Estepa, en: M. I. Vera y D. Pérez (eds) *La formación de la ciudadanía: las TICs y los nuevos problemas* (Universidad de Alicante, Alicante, 2004), 173-182.
- [8] R. Ruiz, A. M. Wamba y R. Jiménez Pérez, en: P. Díaz y otros (coords.) *La Didáctica de las Ciencias Experimentales ante las Reformas Educativas y la Convergencia Europea* (Universidad del País Vasco, Bilbao, 2004) 435-439.