



APLICACIÓN DE SISTEMAS TECNOLÓGICOS EN LOS MUSEOS DE LAS PALMAS

TECHNOLOGICAL SYSTEMS IN MUSEUMS OF LAS PALMAS

María Cantó Domínguez *

Cómo citar este artículo/Citation: Cantó Domínguez, M^a. (2017). Aplicación de sistemas tecnológicas en los museos de Las Palmas. *XXII Coloquio de Historia Canario-Americana (2016)*, XXII-108. <http://coloquioscanariasmerica.casadecolon.com/index.php/aea/article/view/10054>

Resumen: Los museos de la provincia de Las Palmas se han estancado en innovación tecnológica. Así como museos de todo el mundo se han adaptado a los nuevos tiempos y han incluido elementos tecnológicos para renovar la experiencia de los visitantes, Canarias se ha quedado bastante a la cola. Nuestros museos tienen grandes fondos -en cantidad y en calidad- pero sólo se conoce una pequeña parte de ellos, hacen numerosas actividades educativas y culturales, usan las redes sociales, pero todo queda ahí. Se han mantenido, casi todos, en el ideal de museos continente que conoce el que visita. Pero la experiencia de estos espacios puede llegar a ser más fructífera si la adaptamos a los modernos tiempos tecnológicos en que vivimos.

Palabras clave: museo; tecnología; divulgación; fondos museológicos; Canarias; didáctica

Abstract: Museums of Las Palmas have stalled in technological innovation. As well as museums around the world have adapted to new times and have included technological elements to renew the experience of visitors, Canary Islands has been enough in the queue. Our museums have large collections -in quantity and quality- but only a small part of them is known, make numerous educational and cultural activities, use social networks, but that's all. They've remained almost every continent in ideal museums which knows who visit. The experience in the museums can become more fruitful if we adapt to modern technological times we live in.

Keywords: museum; technology; outreach; museums's collection; Canary Islands; educational

REPASO A LAS NORMATIVAS Y CONCEPTOS

Para comenzar de un modo ordenado, tenemos que repasar los diferentes conceptos que existen respecto a qué es un museo.

El International Council of Museum (ICOM) define museo como:

una institución permanente sin ánimo de lucro al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público que adquiere, conserva, investiga, transmite y expone el patrimonio tangible e intangible de la humanidad y de su entorno con fines de educación, estudio y disfrute¹.

El propio ICOM ha planteado la necesidad de revisar esta definición, pues debe adaptarse a los tiempos modernos y tener en cuenta la relación del museo hacia la sociedad y sus intereses.

* Doctorando del Programa de Doctorado Islas Atlánticas: Historia, Patrimonio y Marco Jurídico Institucional. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. C/ Juan de Quesada, 30. 35001. Las Palmas de Gran Canaria. España. Teléfono: +34 928451022; correo electrónico: maria.canto.dominguez@gmail.com

¹ Esta definición fue adoptada en la 22^o Asamblea General del ICOM el 24 de agosto de 2007, en Viena (Austria). Fue revisada y ratificada para sus Estatutos en la Asamblea General Extraordinaria el 9 de julio de 2016, en Milán (Italia). Disponible en <http://icom.museum/la-organizacion/estatutos-del-icom/24-lenguas/L/1/>

Si nos vamos aproximando a nuestro entorno nacional y regional vemos que las definiciones que se han empleado para este mismo término no varían en gran modo. Así tenemos que la Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español señala en su artículo 59.3 que:

son museos las instituciones de carácter permanente que adquieren, conservan, investigan, comunican y exhiben para fines de estudio, educación y contemplación conjuntos y colecciones de valor histórico, artístico, científico y técnico o de cualquier otra naturaleza cultural.

Y si nos fijamos en el Título IV de la Ley 4/1999, de 15 de marzo, del Patrimonio Histórico de Canarias, el artículo 76.1 dice que:

son museos las instituciones de carácter permanente abiertas al público que reúnen, conservan, ordenan, documentan, investigan, difunden y exhiben para fines de estudio, educación y contemplación colecciones de bienes muebles de valor histórico, artístico, técnico o de cualquier otra naturaleza cultural.

Ahora bien, no debemos dejar pasar el hecho de que los museos deben atender a la problemática actual de la sociedad en cuanto a necesidades culturales y de conservación del patrimonio, pero también deben servir para generar conciencia y hacer reflexionar a sus usuarios.

Para que una institución cultural llegue a ser abierta, debe tener en cuenta los diferentes metarrelatos para lograr un análisis crítico de cómo se actúa en ellos según sus diferentes realidades. En muchos de estos espacios se tiende a disfrutar de la parte estética y emocional que se nos ofrece como si fuera un producto de consumo, pero, cada vez más, estos espacios están tendiendo a promover la participación de sus visitantes. La relación sociedad - museo es, a día de hoy, inseparable. Deben revisarse continuamente para adaptarse a los tiempos y a las necesidades de un público. Han pasado de ser almacenes de exhibición de colecciones a espacios de entretenimiento y aprendizaje.

De ahí la, cada vez mayor, presencia de los Laboratorios de Público, principalmente en los museos estatales, para gestionar, investigar y comunicarse con éste, con el fin de obtener unas herramientas y datos útiles que permitan optimizar la función social del museo con su destinatario último: el usuario.

La X Conferencia Iberoamericana de la Cultura (Valparaíso, Chile, 26 y 27 de julio de 2007) señaló que:

los museos deben ser comprendidos como instituciones dinámicas, vivas y de encuentros interculturales.

Pero aún hoy, la museografía tiende a agrupar estos espacios según sus prioridades: la colección, los visitantes, la museografía y el conocimiento. Es difícil ponerlos cada uno al mismo nivel y que se produzca un diálogo entre ellos. Acercar al público al objeto para que se establezca una interconexión entre ellos.

Uno de los retos de los museos es atraer la atención de todos los públicos para evitar la sensación de exclusión. Toda la comunidad, local o visitante, debe participar de los museos. El crítico de arte Eugenio D'Ors dijo en una ocasión que *al museo se va a admirar*². Pero ¿qué se admira si no se conoce?

El museo debe permitir que el público se pueda reconocer en ellos, que despierte su curiosidad, admiración y, sobre todo, su deseo de conocimiento. Hay que comprender el

² HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ (1994), p. 50.

proceso museológico como un ejercicio de lectura del mundo para posibilitar la capacidad de interpretar y transformar la realidad, construir una ciudadanía democrática y propiciar la participación activa de la sociedad en el diseño de políticas museísticas que garanticen la participación.

Partiendo de la base de los conceptos que se han señalado anteriormente, y tal y como ha reseñado el ICOM, hay que redefinir qué es el museo. Desde esta publicación y tras analizar varios elementos que toman parte en estos espacios - instituciones, concluyo este apartado apuntando que:

un museo es un espacio dinámico abierto a la sociedad para el conocimiento, la investigación, la conservación, la educación, la difusión y el disfrute de elementos para promover el conocimiento, el interés y la participación de la sociedad unida por diferentes factores comunes que les sean útiles para desarrollo individual y en la sociedad, inherente al tiempo en el que viven.

LOS MUSEOS EN CANARIAS

El Directorio de Museos y Colecciones de España del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte³ tiene registrados en Canarias un total de 61 museos y 17 colecciones. De los museos, 53 son públicos, 8 son privados y no figura ninguno de titularidad mixta.

Si acotamos la búsqueda a la provincia de Las Palmas, tendremos un total de 31 museos, de los cuales 26 son públicos y 5 son titularidad privada, distribuidos de la siguiente manera: 17 en Gran Canaria, 8 en Fuerteventura y 6 en Lanzarote. Salvo modificaciones en los últimos días, de estos treinta y un museos, cuatro permanecen cerrados.

La distribución en la provincia occidental queda de la siguiente manera: 11 en Tenerife, 2 en El Hierro, 5 en La Gomera y 12 en La Palma.

En este estudio no se pretende analizar todos y cada uno de ellos, sino que me centraré en la provincia de Las Palmas. La provincia de Santa Cruz de Tenerife no se deja fuera del todo, ya que se han seleccionado una serie de museos para establecer una comparación de control entre ambas provincias.

El método de selección de los centros que se empleó se basó en los siguientes criterios:

- Museos, Centros de Arte o Fundaciones.
- Entidades públicas. En este caso se incluye El Museo Canario, puesto que hace las funciones de Museo Arqueológico Insular.
- Temáticas: Arte, Historia, Literatura y Ciencia.
- Se eliminan galerías y centros dedicados a la venta u otro fin lucrativo.

Así, las instituciones resultantes son (en Gran Canaria) Museo Naval de Canarias, Centro de Arte La Regenta, El Museo Canario, Casa de Colón, Casa Museo Pérez Galdós, Casa Museo Tomás Morales, Casa Museo León y Castillo, Casa Museo Antonio Padrón, Parque Arqueológico Cueva Pintada de Gáldar, Centro Atlántico de Arte Moderno, Museo de Historia de Agüimes, Museo Municipal de Arucas, Museo Néstor, Museo de la Ciudad y el Mar, Museo Abraham Cárdenes, Fundación Martín Chirino de Arte y Pensamiento, Museo Elder de la Ciencia y la Tecnología, Museo Diocesano de Arte Sacro; (En Fuerteventura) Casa de los Coroneles, Casa Museo Unamuno, Museo Arqueológico de Betancuria, Centro de Arte Juan Ismael; (en Lanzarote) Museo Internacional de Arte Contemporáneo, Museo de

³ Disponible en: <http://directoriomuseos.mcu.es/dirmuseos/mostrarBusquedaGeneral.do>

Historia de Arrecife, Fundación César Manrique; (en la provincia de Santa Cruz de Tenerife) Museo Histórico Militar, Museo Municipal de Bellas Artes, Museo de la Ciencia y el Cosmos, Museo de la Naturaleza y el Hombre, Museo Arqueológico Benahorita, Museo Arqueológico de La Gomera, Tenerife Espacio de Las Artes.

Tras realizar una aproximación inicial a estos centros en los que se analizó el estado de cada uno de ellos, las disposición tecnológica y la susceptibilidad de que ésta se aplique, así como lo que podría suponer para la difusión cultural el uso de estos sistemas en cada uno de ellos.

Como ya he dicho, no podemos dejar de lado al elemento usuario del museo, de ahí que una de las primeras cosas que hice al comenzar este estudio fue un estudio de público para conocer qué pensaban sobre estas instituciones. Se eligió un grupo amplio de entre 27 y 68 años, de diferentes profesiones, desempleados y jubilados, de ambos sexos, diverso nivel cultural y diferentes lugares de nacimiento. Se les plantearon dos sencillas preguntas: ¿qué es para ti un museo? y ¿qué esperas de un museo? Para la primera pregunta hubo cierta unanimidad en las respuestas recibidas. Para la segunda cuestión, como era de esperar, el 56,5 % respondió que iba para aprender; la segunda opción más respondida, con un 21,7 %, fue que se espera experimentar sensaciones; y en tercer lugar, con un 17,3 % de las respuestas, que fuera interactivo. Sólo el 4,3 % respondió que no les parecía apropiado el uso de las tecnologías en los museos.

Esto lleva a plantearse si los usuarios están preparados para enfrentarse a situaciones tecnológicas dentro de estos espacios. La respuesta está bastante clara: sí. Basta con salir de las islas para encontrarse que numerosos museos de todos el mundo -y, sin irnos muy lejos, podemos encontrar varios de ellos en territorio peninsular: Madrid, Barcelona, Málaga, etc.- disponen de avanzados mecanismos tecnológicos para acercar al público a sus fondos y lograr así, no sólo una mejor asimilación de los contenidos, sino un mayor aprendizaje y una experiencia más activa que, en la mayoría de los casos, se dará en tres momentos: antes, durante y después de la visita.

ACTUALIDAD TECNOLÓGICA DE LOS MUSEOS DE LAS PALMAS

Si nos damos un paseo por algunos de los centros que se han nombrado, podremos ver cómo se refleja lo dicho. Salvo casos puntuales, no veremos sino cartelas que acompañan a los objetos expuestos con unos pocos datos o paneles informativos con una información muy limitada. Tal vez sea porque nos hemos acostumbrado a verlo en otros museos del mundo o porque el imparable avance tecnológico de la sociedad nos impulsa a que lo busquemos, como una parte más de la experiencia. Lo cierto es que en Canarias no podemos satisfacer esa necesidad.

En este estudio se han obtenido los siguientes datos respecto a sus dotaciones tecnológicas:

- Página web: 80,9 %.
- Redes sociales: 80,9 %.
- Aplicación móvil: 19 %.
- Actividades interactivas: 19 %.
- Códigos QR: 42,8 %.
- Audioguía: 4,3 %.

Pero hay que hacer una serie de apreciaciones. En las respuestas obtenidas sobre las aplicaciones para los dispositivos móviles cabe señalar que, a día de hoy, sólo está disponible la aplicación del Museo Municipal de Arucas, y la Casa Museo Tomás Morales y la Casa de Colón están en proceso de creación. Del resto que respondió que disponía, no existen en las

tiendas de aplicaciones de telefonía móvil⁴. En cuanto a la respuesta de las actividades interactivas, es posible que no se entendiera bien el planteamiento de la pregunta, pues sólo el Museo de la Ciencia y el Cosmos de Tenerife dispone de dispositivos que permiten la interacción entre los usuarios y la información que se ofrece en ella. Con los códigos QR ocurrió otro tanto de lo mismo. Aunque es uno de los sistemas que vemos cada vez de forma más frecuente en los museos, no se encuentran de forma permanente. Sólo aparecieron en uno de los centros, pero llevan varios meses sin funcionar.

En el uso de las redes sociales, podemos encontrar Facebook, que es la que más actividad tiene y con la que más participan los usuarios, seguida de Twitter y, en menor medida, Instagram y Flickr. En ellas, la actividad es frecuente, ofreciendo varias publicaciones al día en las que informan de las novedades, de las actividades didácticas próximas, ya sean para adultos como para niños, de visitas guiadas, conferencias, mesas redondas, conciertos, etc. La respuesta por parte de los centros suele ser casi inmediata, por lo que se puede valorar como una herramienta bastante útil.

Las páginas web, aunque almacenan gran cantidad de información, tienden a ser estáticas. Con esto me refiero a que la información que se ofrece es prácticamente la misma que podemos encontrar en las redes sociales, aunque de modo informativo, unidireccional. Encontraremos información que el visitante se puede descargar o consultar online, pero es meramente documental. El Centro Atlántico de Arte Moderno (CAAM) sí dispone de una serie de vídeos cortos (en torno a 2 - 3 minutos) de presentaciones de las exposiciones por parte de los artistas o los comisarios.

Si pasamos a otro punto del estudio, vamos a descubrir cuáles son los intereses de estos museos. En un cuestionario que se les envió, se les preguntaba sobre sus intereses:

— En una escala del 1 al 10, indique el grado de importancia que se le da a los siguientes términos incluidos en la definición del ICOM para "Museo". (Se presentan las puntuaciones medias)

- Adquirir: 6,15.
- Conservar: 8,25.
- Estudiar: 7,7.
- Exponer: 8,5.
- Difundir: 9.

— En el Plan Museológico, ¿qué se prioriza?

- Visitantes: 30,4 %.
- Colección: 13 %.
- Conocimiento: 21,7 %.
- Museografía: 21,7 %.
- Difusión: 4,3 %.
- Vertebración: 4,3 %.
- No existe Plan Museológico: 4,3 %.

— ¿Cuál es la finalidad del museo?

- Divulgar: 47,8 %.
- Explotar el pasado: 8,68 %.
- Patrimonial: 4,3 %.
- Guardar el legado: 4,3 %.
- Estudio de los fondos: 4,3 %.
- Publicidad: 4,3 %.
- Educar: 15 %.

⁴ Basándonos en Play Store, App Store y Windows Store.

- Apertura: 13 %.
- Ns/Nc: 4,3 %.

Y después de estos datos, ¿qué podemos deducir? Tal y como se dijo en el primer punto, los visitantes forman parte hoy en día de las grandes decisiones de los museos. Es un elemento inherente a él y no se le puede dejar de lado en sus planeamientos. Los museos de Canarias tienen claro que el visitante es el principal fin de su función como entidad cultural. Y este visitante puede darse por satisfecho desde el momento en que estos mismos museos tienen como finalidad e interés principal la divulgación.

Aunque las redes sociales pueden hacer mucho en la relación museo - usuario, no es suficiente. La divulgación no consiste sólo en comunicarse con el público cercano, sino es también traspasar fronteras. Hay que abrir los ojos al visitante, darle la oportunidad de descubrir qué hay más allá de la obra. Ofrecerle canales de información a los que pueda acudir. Se trata de poner a su disposición los elementos necesarios para que esa información (artística, literaria, histórica, científica, etc.) pueda llegar incluso a manos de quien no tendrá la oportunidad de visitarlos.

Los museos de Canarias disponen de gran cantidad de fondos. Unos fondos muy ricos que permanecen acumulados en almacenes cual si de un muestrario se tratase. Se sacan en momentos puntuales para exhibirlos en las salas (del propio centro o de otros en calidad de préstamos). ¿Y cuándo no se tiene esa oportunidad de disfrutarlos? ¿Por qué debemos esconder el trabajo de restauración de una pieza? De lo que se trata es precisamente de lo contrario: enseñar y difundir en vez de guardar y esconder.

POR PONER UNOS EJEMPLOS

Cuando hablo de la aplicación tecnológica en un museo, no me refiero al hecho de que el centro pueda hacer uso de ésta para realizar estudios en profundidad de los materiales, como el proyecto Momias. Biografías en 3D que realiza El Museo Canario que, mediante fotogrametría, permitirá ahondar en los estudios bioarqueológicos de las momias. En tal caso se acercaría más al proyecto Epigraphia 3D⁵, dirigido por el doctor Manuel Ramírez Sánchez de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria con el que, mediante ingeniería gráfica, se han recogido en tres dimensiones numerosas inscripciones romanas del Museo Arqueológico Nacional y del Museo Nacional de Arte Romano de Mérida, de las que algunas se han volcado en una aplicación para *smatphones* y *tablets*.

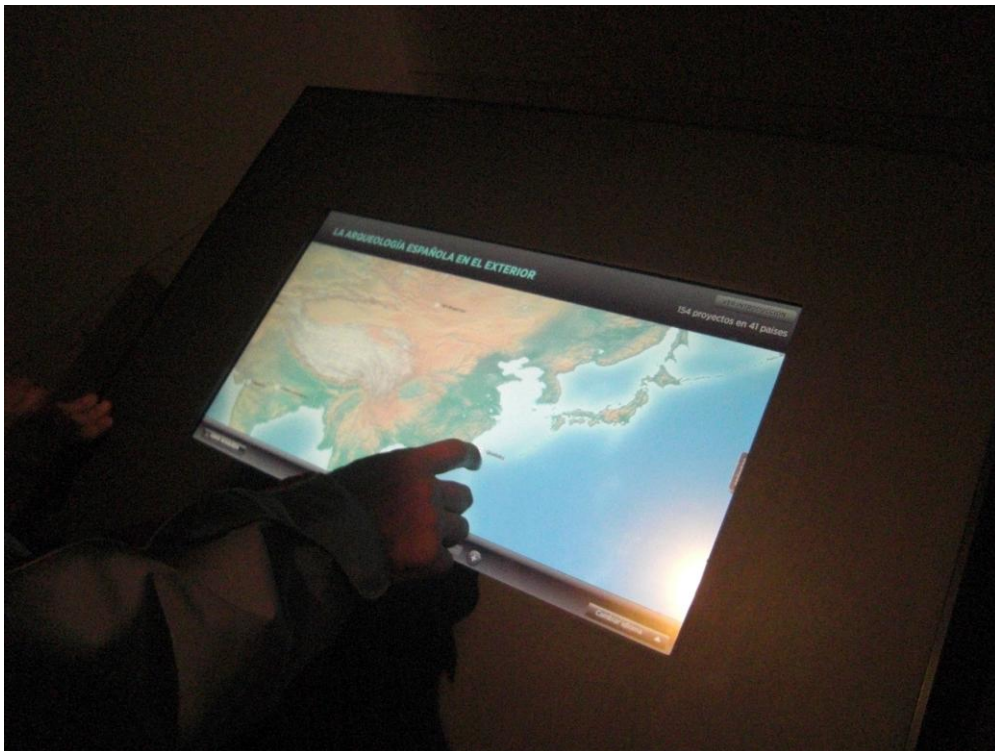
De los museos que forman parte de este proyecto, el que menos fondos tiene, el Museo Municipal de Arucas, dispone de 160 piezas y en el lado opuesto, El Museo Canario, que cuenta en sus fondos con unas 165.000 piezas arqueológicas a las que se le suman los más de 350.000 documentos. Estamos hablando de una cantidad ingente de objetos desconocidos en su gran mayoría, salvo para algunos pocos investigadores que descubren su existencia y se acercan a estudiarlas. ¿Cómo vamos a pretender que se conozca nuestra cultura si la escondemos en grandes almacenes? Lo mismo ocurre con casi todos los centros. Aunque son muy pocos los que tienen la totalidad de sus fondos expuestos, como es el caso de la Fundación Martín Chirino o el Museo Naval de Canarias, lo más frecuente es encontrar más obras en los fondos que las que podamos ver expuestas. Por poner unos cuantos ejemplos de cómo mejorar esta tarea divulgativa, voy a nombrar algunas de las actividades que se pueden llevar a cabo, aprovechando el aumento de visitantes que vienen experimentando los museos en los últimos años.

⁵ Puedes conocer más de este proyecto en el siguiente enlace: <http://www.epigraphia3d.es/>

Los storify. Es una actividad divulgativa muy útil para aplicar con las redes sociales. Consiste en contar breves historias a través de contenido que se ha creado en diferentes redes. Podemos ordenarlo y crear un hilo discursivo de una temática concreta a través del contenido que vamos encontrando. El Museo del Prado lo hace con frecuencia para aportar información de una obra en particular a sus seguidores. Es como hacer una visita guiada desde la distancia.

Aplicaciones para smartphones y tablets. Las posibilidades en este campo son muy amplias. Podemos incluso clasificarlas en actividades para realizar fuera del museo: juegos, visitas virtuales, recorridos por temática o por autor; y actividades para realizar en el propio museo: realidad aumentada, itinerarios de visita, audioguías, guías en lengua de signos, ampliación de información mediante la lectura de códigos QR (Quick Response) o el sistema NFC (Near Field Communication).

Pantallas táctiles. Pocos son los museos que no cuentan hoy día con una pantalla táctil. El problema surge cuando se desconocen las posibilidades que tiene o no se le da un uso apropiado. Una pantalla táctil no es un monitor de ordenador que encendemos mediante el tacto y proyecta imágenes. La intención que se debe tener con su instalación es la interacción con el usuario del museo. Es despertar su curiosidad mediante la tecnología para que descubra más sobre lo que tiene ante sí. Si nos acercamos al Museo Arqueológico Nacional (MAN) podemos verlas distribuidas a lo largo de las salas para que el visitante pueda obtener la información que las limitaciones espaciales o museográficas no permiten.



Pantalla multitouch en el MAN en donde se puede aprender más sobre las campañas arqueológicas españolas en el exterior. Autor: María Cantó-Domínguez

Página web. No podemos dejarla atrás. Las páginas online de los museos son un reflejo de lo que nos va a ofrecer el espacio físico. Una página pobre puede darnos a entender que el museo no tiene mucho que ofrecer; en cambio, una página con multitud de recurso nos dirá que el museo nos va a ofertar numerosas actividades que podemos realizar. Los centros tienden a darnos datos muy limitados: información sobre exposiciones pasadas, presentes y futuras, actividades, organos de gobierno, quizá alguna información histórica, artística o

literaria y poco más. Si acudimos a alguno de los grandes museos encontraremos conferencias online, cursos, etc. Lo bueno que tiene la Red es que el espacio online no es tan finito como el espacio físico.

Recursos para personas con diversidad funcional. Tal y como hemos visto, sólo la Casa de Colón dispone de audioguía, aunque hay otros centros que dicen contar con recursos para discapacidad visual y para la auditiva. En este caso, la aportación de estos recursos no consiste sólo en tener paneles en braille, visitas guiadas detalladas o en lengua de signos. Se trata de que la visita se pueda disfrutar libremente, permitiendo el acceso a los recursos sin intermediación de ningún interprete ni guía. Se trata de poner a su disposición en todo momento recursos que les permita que su experiencia en el museo sea lo más parecida a la de cualquier otro usuario. Desde las clásicas audioguías a los FingerReader⁶.

Los videojuegos. Cada vez son más los museos que se apuntan al mundo del juego, y no sólo como una actividad más de los Departamentos de Educación y Acción Cultural, sino desarrollando sus propios juegos virtuales. El Thyssen- Bornemisza de Madrid, es, por poner un ejemplo, uno de los últimos en apuntarse con Nubla⁷, un juego desarrollado para Play Station con el que aprender y divertirse en medio de obras de arte.

Tenemos que tener en cuenta que el ser humano es curioso y con los estímulos apropiados aprende. Hoy, parte de esos estímulos nos los trae la tecnología. Está tan presente en nuestras vidas, vemos cómo día a día aparece algo nuevo, que tenemos la casi necesidad de descubrirla, de experimentarla y de ser partícipes de ella. Hay que aprovecharla, sí, pero hay que saber cómo. Tenemos que aprovechar el potencial que tiene para la difusión de la Cultura, y los museos, como centros de educación y aprendizaje, deben asumir esa responsabilidad.

EJEMPLO DE UN CASO: EL CENTRO ATLÁNTICO DE ARTE MODERNO

El proyecto final de este estudio tratará de aplicar estos conocimientos en uno de los museos. Para este caso, el museo elegido será el Centro Atlántico de Arte Moderno.

Los motivos de esta elección son, principalmente, sus fondos. EL CAAM posee más de 2700 piezas. Gran parte son de artistas canarios: Manolo Millares, Lola Massieu, Juan Hidalgo, Óscar Domínguez, Pepe Dámaso, Plácido Fleitas, Tony Gallardo, Juan Ismael, Felo Monzón,... que ni siquiera gran parte de la sociedad canaria conoce.

Durante el tiempo que estuve trabajando en las salas del CAAM, pude ver cómo muchos de los visitantes que venían del extranjero preguntaban por obras de estos artistas. Nuestro deber como sociedad es difundir nuestra cultura y no dejarla caer en el olvido. Si nosotros no se la ofrecemos, pocos habrá dispuestos a hacerlo.

Si a estos fondos unimos las actividades que ofrece semana tras semana, día tras día: las visitas guiadas de los colegios pueden convertirse en una experiencia de aprendizaje creativo si les ofrecemos la posibilidad de iniciar su aprendizaje desde casa o la escuela y, una vez visitado el centro, continuar con su aprendizaje con los recursos que se les puede poner a su disposición a través de diferentes medios tecnológicos; paneles interactivos que los visitantes puedan manipular para complementar la información de la visita. Una de las cosas que recuerdo que mucha gente decía al ver las obras de algunos artistas era que no entendían lo que estaban viendo. Si ponemos más recursos a su alcance, como hemos dicho, la experiencia y el aprendizaje mejorará.

Existe el caso de visitantes que se han quejado en otros centros del uso exclusivo de los códigos QR para ofrecer información de las obras. No se trata de eso. No se pretende un uso

⁶ Para más información: <http://fluid.media.mit.edu/projects/fingerreader>

⁷ Para más información: http://www.educathyssen.org/nubla_the_game

exclusivo de las tecnologías, sino de un uso complementario. Se trata de poner a disposición del usuario del centro la posibilidad de complementar la visita, de darle la posibilidad de mejorar sus conocimientos, de permitirle acercarse a la cultura desde el propio centro, desde casa o desde donde desee. La sociedad está preparada. Ahora sólo hace falta que preparemos nuestros museos.

BIBLIOGRAFÍA

- BALLART, J. (2007). *Manual de museos*. Madrid: Editorial Síntesis, S.A.
- CARBONELL, E. (2005). "Reflexiones en torno a los museos" en *Museos.es: Revista de la Subdirección General de Museos Estatales*, nº 1, Madrid: Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales y de Archivos y Bibliotecas del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, pp. 12 - 21.
- GUTIÉRREZ USILLOS, A. (2012). *Manual práctico de museos*. Gijón: Ediciones Trea, S.L.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, F. (1994). *Manual de museología*. Madrid: Editorial Síntesis.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, F. (1997). "Evolución del concepto de museo" en *Revista General de Información y Documentación*, vol. 2, nº 1, Madrid: Facultad de Ciencias de la Documentación de la Universidad Complutense, pp. 85 - 97.
- LEÓN, A. (2010). *El museo: teoría, praxis y utopía*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- MURPHY, B. L. (2004). "The definition of museum" en *ICOM News*, nº 2, Sidney: International Council of Museums, p. 3.
 Disponible en: http://icom.museum/fileadmin/user_upload/pdf/ICOM_News/2004-2/ENG/p3_2004-2.pdf
- PALOMARES SAMPER, J. A. (2013). "Museos, centros de interpretación y salas de exposiciones, realidades y ficciones" en *Boletín de la Sociedad de Amigos de la Cultura de Vélez - Málaga*, nº 12, Málaga: Boletín de la Sociedad de Amigos de la Cultura de Vélez - Málaga, pp. 5 - 10.
 Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4284303>
- PÉREZ VALENCIA, P. (2010). *Tener un buen plan. La ruta de toda colección: el plan museológico*. Gijón: Ediciones Trea, S.L.
- VV.AA. (1999). *Manual jurídico de Museos*. (Luis Peñuelas, Ed.). Barcelona: Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A.