Los museos en la palma de la mano

POR **JAIME SOLANO**

Los sistemas móviles favorecen la ubicuidad y accesibilidad de las colecciones, la producción de contenidos interactivos de alta calidad, la interacción con y entre visitantes y la optimización de los recursos de la propia institución.

A continuación proponemos seis puntos a tener en cuenta para un cambio ordenado y eficaz.

El papel que juegan la tecnología y la accesibilidad en los museos del siglo XXI

Decir que la cultura es un bien universal no es nada nuevo; tampoco lo es aseverar que esta debe estar al alcance de todos en igualdad de condiciones. Sin embargo, en España aún queda mucho por hacer y, a pesar de que apenas quedan ya barreras arquitectónicas para el acceso a la cultura, las barreras cognitivas son todavía un reto por cumplir. Para salvar este escollo y aproximarse más al ideal de los museos del siglo XXI, la tecnología debe jugar un papel esencial.

La revolución de los contenidos interactivos, la personalización por audiencias y los dispositivos móviles han entrado con fuerza en los museos. ¿Quién no cuenta hoy con un *smartphone*? ¿Hay acaso alguien que no use Internet para buscar información? El visitante utiliza la tecnología en su vida diaria, lee libros en tablets, usa teléfonos móviles de última generación, tiene conexión a Internet en el hogar y se mueve en redes sociales. No es de extrañar que esas nuevas tecnologías se estén demandando también en el ámbito cultural y artístico, en especial en los museos. Por ejemplo, en la App Store de Apple y en Android Market podemos encontrar más de 250 aplicaciones móviles de museos. Las tecnologías móviles, la digitalización del patrimonio cultural, la comunicación inmediata -aquí y ahora- se deben abordar desde una perspectiva de oportunidad pero, eso sí, también de eficacia. Nunca debe perderse de vista el objetivo de un museo, que es situar el arte al alcance del ciudadano; por eso no estaría bien que la tecnología se convirtiera en un obstáculo y no en un conector, que es lo verdaderamente deseable.

Cómo replantear el discurso museográfico: Del folleto de mano, a la pantalla portátil

Fundación Telefónica
Telefónica

Los comportamientos, prácticas y respuestas sociales se han visto modificados sustancialmente en los últimos años. ¿Por qué? En esencia por la irrupción de la revolución tecnológica digital en todos los ámbitos sociales y, también de forma especial, en lo referente a la experiencia del arte y al consumo cultural.

Pantallas táctiles, aplicaciones móviles, realidad aumentada, tecnología 3D, Internet,… las posibilidades son infinitas y generan cada día nuevas herramientas para la gestión del patrimonio, del arte y de la cultura.

Las tecnologías móviles están especialmente de actualidad. En el ámbito museológico internacional, existe un gran interés por conocer e integrar estos sistemas, buscando favorecer la participación de los visitantes, aumentar la difusión de las colecciones, aprovechar formatos audiovisuales para mejorar los contenidos y optimizar los recursos de la propia institución. Porque, como afirma Benoît Villain (Museo LaM de Lille), «los dispositivos móviles contribuyen al aspecto contemporáneo del museo».

En materia de nuevas tecnologías y de dispositivos móviles aplicados a museos y a la gestión cultural, del arte y del patrimonio, es fundamental no quedarse al margen y saber elegir e integrar correctamente las herramientas más adecuadas.

Estado del arte internacional: *Iphone, tablets,* audioguías, etc.

Saber elegir y no quedarse atrás son los objetivos fundamentales para atender a este nuevo reto al que se enfrentan hoy las instituciones culturales públicas y privadas, así como las empresas turísticas: integrar las nuevas tecnologías en su actividad diaria. Son muchos los museos y espacios expositivos o turísticos los que ya han incorporado dispositivos multimedia en sus instalaciones. En el mercado hay muchos sistemas de guiado, pero son muy pocos los que cumplen con el requisito hoy tan necesario de la accesibilidad.

La oferta es escasa en España, por lo que la incorporación de la infoaccesibilidad es urgente, más aún desde que los ministerios de Sanidad, Política Social e Igualdad y Cultura pusieran en marcha la *Estrategia Integral de Cultura para Todos*, un plan nacional cuyo objetivo prioritario es que las personas con discapacidad puedan disfrutar de los museos estatales en condiciones plenas de accesibilidad.

Los datos avalan esta imperiosa necesidad de instaurar sistemas de guiado e interpretación para dar a todos acceso a la cultura. Por un lado, se calcula que el 29 por ciento de las personas con discapacidad tiene dificultades para acceder a determinadas actividades culturales, según revela la E*ncuesta Edad*. Mientras que la *Encuesta 2011 de Museos y Móviles* da las claves de por qué los conservadores empiezan ya a apostar por las nuevas herramientas de interpretación.
– Para proporcionar información adicional al visitante.
– Para diversificar la oferta de la institución.
– Para atraer nuevos visitantes.
– Para crear una experiencia interactiva.
– Para dotar de un mejor acceso a los visitantes con necesidades especiales.

Fundación Telefónica
Telefónica

Cumplir con todas estas necesidades de los conservadores es el gran reto del momento y las nuevas tecnologías tienen mucho que decir.

Actualmente existen en el mercado gran variedad de signoguías -dispositivos tipo PDA o *tablet* con vídeos en lengua de signos-, audioguías que incluyen audiodescripciones para personas con discapacidad visual, aplicaciones para teléfonos móviles que incluyen vídeos, locuciones y mapas, entre otras funciones, y las guías multimedia GVAM, un avanzado dispositivo capaz de alcanzar la accesibilidad universal.

Requisitos funcionales y estéticos de los sistemas de guiado móvil

La tecnología debe ser el canal que conecte al usuario o visitante con el museo o la exposición y a través de ella cambiar de manera radical la experiencia del usuario, eso sí, sin olvidar la esencia de las obras y del espacio.

Los principales requisitos de los sistemas de guiado móvil coinciden en parte con los indicados para otros sistemas interactivos. Podemos resumirlos en:
– Atractivo; es decir, diseñado al milímetro, resistente y con el tamaño, peso y ergonomía equilibrados para facilitar su uso durante las visitas. Recordar que máxima portabilidad no es sinónimo de máxima ergonomía.
– Fácil de comprender, sin inducir a error, y flexible de modo que provea de métodos alternativos de interacción (botonería, pantalla táctil, compatibilidad con controladores externos).
– Sistemático al ofrecer la información en pantalla de manera organizada y evidente, utilizando una composición de tipografías y colores suficientemente grandes y contrastados como para que sean claramente perceptibles.

Personalización por audiencias: ¿Debe el conservador adaptarse a los visitantes? ¿Cómo?

Una vez que tenemos la tecnología y sus requisitos claros, surge la cuestión de si esta deberá ser presentada de la misma forma a todos los visitantes. Claramente, la respuesta es no. Personalizar por audiencias es hoy una premisa que no se puede olvidar para conseguir llegar a todos los públicos sin excepción.

¿Acaso no es diferente la forma en la que se debe presentar un museo a un niño que a un adulto? ¿No tiene un enfoque distinto una obra desde los ojos de un experto que desde los de un profano? Y ¿hay alguna forma de «mostrar» a los que tienen discapacidad sensorial los espacios, los sonidos, los colores… para que «vean» y «escuchen» en parecidas condiciones a los que no tienen discapacidad?

Todas estas preguntas reflejan la urgente necesidad de los conservadores de museos de segmentar la comunicación de sus espacios por tipos de usuarios y sus especiales características. Ahora bien, ¿cómo fragmentar la información contenida en un museo sin caer en el error de no ofrecer su versión más pura?
Se trata de poner la tecnología al servicio del usuario; es decir, que entre el conocimiento y el

Fundación Telefónica
Telefónica

usuario haya una plataforma innovadora capaz de conectarles sin intoxicar la originalidad de las obras. El conservador podrá preparar la información de manera más flexible, sin perder su espíritu, ni un gran esfuerzo o inversión. Las nuevas tecnologías, como las guías interactivas GVAM, permiten realizar reposiciones de documentos, diferentes versiones de visitas y toda clase de estructuras semánticas. En definitiva, el conservador deja de lado su perfil de protector para convertirse en un conector entre el museo y el usuario.

¿Hay que cambiar los museos? No, hay que integrar sistemas

Abrir el arte y los museos a un público muy amplio y a audiencias cada vez más diversificadas puede comprometer la calidad de la experiencia de los visitantes. A los diferentes modelos de museos, se suma la multiplicidad de expectativas y de experiencias que traen consigo los visitantes en su contacto con las obras expuestas. Esta confluencia da lugar a dinámicas complejas para los museos, que exigen una respuesta integradora.

La superación del modelo unitario de museo clásico y la evolución hacia una pluralidad fragmentada de modelos han dinamizado las relaciones entre la sociedad, el arte y los espacios culturales. Este proceso se ha visto propulsado por la aparición de las nuevas tecnologías y especialmente de Internet, acortando las distancias entre los agentes implicados en la trasmisión de la cultura y afianzando el papel social de los museos.

Fundación Telefónica
Telefónica