



¿Qué queremos decir cuando hablamos de interactividad? El caso de los webs de los museos de historia y arqueología^[*]



Laura Solanilla

• Responsable de difusión en Internet del Instituto de Cultura de Barcelona
mailto:lsolanilla@uoc.edu

Resumen: Uno de los aspectos más innovadores que las TIC proponen en el ámbito de los nuevos discursos museológicos en línea es la posibilidad por parte del usuario de interactuar con los contenidos expositivos, estableciendo unas nuevas reglas de juego entre los museos y su público. Pero, aunque el concepto de interactividad parezca obvio, un análisis en profundidad nos demuestra que este concepto no es unívoco, sino que presenta multitud de significados y esconde multitud de propósitos. El análisis de lo que supone la interactividad tiene que considerar diversos factores: el tipo de público a quien va dirigida, la definición de sus finalidades (educativa, participativa, evaluativa, etc.) y la accesibilidad tecnológica del recurso con respecto a los equipos de los usuarios potenciales.

En este artículo se pretende establecer una tipología de estos recursos interactivos y dar un repaso a los diversos ejemplos de interactividad que pueden encontrarse en la actualidad en algunos webs de museos, valorando sus potencialidades y finalidades.

1. Presentación

En los últimos años, la irrupción de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la sociedad occidental está produciendo un nuevo paradigma de construcción y transmisión del conocimiento. El mundo del patrimonio no es ajeno a esta profunda transformación y desde hace unos años los nuevos planteamientos museológicos han encontrado en las posibilidades tecnológicas un nuevo camino a explorar para llevar a cabo su misión. Porque, en definitiva, lo que las TIC ofrecen es una nueva manera de relacionar los museos y su público, el real y el potencial, obligando a replantear su oferta expositiva y abriendo la posibilidad de ofrecer un producto y unos servicios complementarios a los que el museo ofrece en su sede física. Si consideramos Internet como un enorme escaparate, los museos tienen que competir para atraer la atención de un público muy amplio y selectivo. No basta con informar de lo que el museo ofrece en su sede física sino que es necesario ofrecer un producto en línea y complementario con valor añadido a la oferta presencial, que capte la atención y el interés del visitante.

Dentro de este nuevo paradigma, uno de los aspectos más innovadores que las TIC proponen en el ámbito de los nuevos discursos museológicos en línea es la posibilidad del usuario de interactuar con los contenidos expositivos. Las TIC ofrecen la posibilidad de una presencia y una participación continuada del usuario y redibujan los roles tradicionales entre el museo, emisor de contenidos, y el

visitante, receptor pasivo de estos contenidos.

Ahora bien, esta capacidad teórica de interactuar con los contenidos del web es necesario que sea matizada. No todo el mundo habla de lo mismo cuando habla de interactividad y se colocan en el mismo saco acciones y recursos muy distintos con finalidades muy diferentes.

En este artículo se pretende hacer una aproximación a las diversas tipologías de interactividad que están presentes en la actualidad en algunos webs de museos y hacer un breve análisis de sus potencialidades y finalidades.



2. Interactividad: cómo, entre quién, dónde

Si quisiéramos establecer una cierta tipología de las formas de interactividad presentes en los webs analizados tendríamos que considerar tres criterios. En primer lugar, se debería considerar si la relación se establece con un dispositivo mecánico programado o con otro ser humano. En segundo lugar, podría considerarse un criterio cuantitativo en función del grado de incidencia que se establece. Y, finalmente, también sería preciso considerar si el resultado de la interacción queda circunscrito a un ámbito privado o, por el contrario, alcanza una dimensión pública.

Según el primer criterio, Geneviève Vidal^[1] distingue el concepto de interactividad del de interacción. En el primer caso, nos referiríamos a una *actividad de diálogo* entre una persona y una máquina por medio de un dispositivo técnico. En el segundo, el concepto se referiría a *la acción recíproca* que se puede establecer entre un emisor y un receptor y que puede desembocar en un intercambio de papeles. Si aceptamos este criterio, podemos establecer una división cualitativa de los recursos en función de si el usuario actúa hacia una máquina siguiendo una pauta preprogramada o interactúa realmente con otras personas, tanto si son las responsables/emisoras del web como otros usuarios.

Cuantitativamente y con relación al nivel de potencial de interactividad, también podemos establecer diversos niveles de intervención del usuario respecto al web. Un primer nivel ofrecería *mecanismos de contacto* entre el usuario y el responsable del web. Un segundo nivel permitiría al usuario *participar en alguna actividad* propuesta por los emisores, siguiendo unas pautas marcadas previamente. El tercer nivel permitiría al usuario *generar contenidos* de una forma controlada para los responsables del web, mientras que un cuarto nivel permitiría al usuario *convertirse en coautor* de los contenidos del web y modificar libremente la información inicial ofrecida.

Finalmente y según el tercer criterio, haremos una distinción entre los recursos interactivos que tienen una proyección pública y los que se mantienen dentro de un ámbito privado. Es decir, en el primer caso se recogerían las acciones del usuario cuyos resultados son consultables para todo el mundo que visite el web, mientras que en el segundo caso el resultado de sus acciones quedaría circunscrito a él y a los responsables del web.

Gráfica 1. Esquema de los niveles de potencial de interactividad

Nivel 1	El usuario tiene la posibilidad de contactar con los responsables del web, a pesar de que no quede garantizada la respuesta por parte de los receptores del mensaje. La interacción queda circunscrita a un ámbito privado entre el emisor y el receptor, pero las acciones del usuario no están sujetas al control previo de los responsables. Un ejemplo serían los correos electrónicos.
Nivel 2	El usuario tiene la posibilidad de participar en una actividad previamente pautada y programada por los responsables del web. Por lo tanto, la acción es controlada previamente por el responsable, que determina qué puede o no puede hacer el usuario. La acción queda circunscrita al ámbito privado del usuario. Un ejemplo serían los juegos en línea. El usuario puede generar contenidos de forma controlada por los responsables del web. Sería el caso de los foros de opinión, donde el usuario puede expresar su opinión a pesar de que el moderador del foro tiene la capacidad de borrar o no publicar un mensaje si le parece impropio. La acción del usuario tiene proyección pública. El usuario tiene la posibilidad de convertirse en coautor del web y modificar y/o ampliar la información previamente ofrecida por los responsables. No existe control previo por parte de los responsables y la acción del usuario tiene una proyección pública.
Nivel 3	
Nivel 4	

A modo de recapitulación y recogiendo los principales recursos interactivos presentes en la red actualmente podemos obtener el siguiente esquema:

Gráfica 2. Tipos de recursos interactivos

	Interactividad	Interacción	
Nivel 1		Correo electrónico	Ámbito privado
Nivel 2	Juegos en línea Itinerarios personalizados	Encuestas	
Nivel 3		Foros de opinión Libros de visita	Ámbito público
Nivel 4		Génesis de contenidos	



3. La interactividad en las exposiciones en línea

Las exposiciones son la acción fundamental de difusión de cualquier museo y la aparición de las TIC dentro del mundo del patrimonio ha permitido una nueva dimensión narrativa y comunicativa y, en consecuencia, una nueva manera de generar el discurso expositivo, lleno de posibilidades y abierto a la experimentación. Uno de los puntos más relevantes de este nuevo discurso expositivo es la introducción del concepto de interactividad en la génesis expositiva. Tradicionalmente, las exposiciones eran discursos cerrados y estáticos, conceptualizados y generados por el propio museo, donde el visitante tomaba un papel contemplativo pasivo. Desde mediados de los ochenta se ha producido un movimiento de replanteamiento del concepto de museo y del discurso unidireccional que emitía. Esta crítica y la voluntad de primar la dimensión comunicativa del museo favorecieron la introducción de los primeros multimedia dentro de las propias salas del museo, como complemento al discurso expositivo lineal propuesto en la exposición. Pero los últimos años han supuesto una revolución en los planteamientos conceptuales, favorecida por la expansión de las TIC en nuestra vida cotidiana.

Pensar el museo en términos de las TIC significa desdibujar los roles tradicionales que hasta el momento estaban asignados a cada uno de los actores. En la actualidad

existen experiencias en línea en las que el visitante se convierte en constructor de conocimiento, contribuyendo de forma sustancial a la construcción del discurso expositivo generado por la institución. Algunos de estos recursos actúan sobre el ámbito privado del usuario y contribuyen a la construcción de conocimiento individual, mientras que otros tienen una dimensión pública que puede llegar a generar conocimiento colectivo.



4. El ámbito privado

El recurso más básico de interactividad, presente en la totalidad de los webs analizados, es la existencia de un correo electrónico de contacto con el autor o institución responsable del web. Este recurso, sobradamente utilizado y conocido por todo el mundo, permite una línea caliente (*hot line*) con el organismo responsable y favorece un canal de comunicación asequible para cualquier usuario para hacer llegar sus quejas, demandas y sugerencias. Si la institución responsable se hace eco de ello, puede establecerse una comunicación interpersonal entre el usuario y la organización. No obstante, el correo electrónico permite una interactividad muy simple (receptor/emisor) sometida a la voluntad de las partes para garantizar el flujo comunicativo.

Un segundo nivel de interactividad vendría representado por los juegos o las actividades en línea en los que el usuario sigue unas reglas de funcionamiento previamente pautadas por los organizadores. Este tipo de actividades es bastante popular y se relaciona generalmente con las finalidades educativas y didácticas de la exposición. Hay muchos tipos de actividades y van dirigidas a públicos muy diversos, como veremos a continuación.

En primer lugar, vale la pena destacar un recurso muy sencillo, [Arrange Grandfather's House](#) que se encuentra en una exposición organizada por el Museo de Arte de Seattle sobre la cultura coreana. Este recurso es interesante porque generalmente los recursos educativos están en línea pensados para ser trabajados dentro del ámbito de la escuela, de manera que se margina al sector de público infantil de menor edad, que puede acceder con su familia a la exposición. Este recurso se plantea en forma de juego sencillo e intuitivo y va dirigido a niños muy pequeños, que fácilmente pueden entender la mecánica del juego y participar en él.

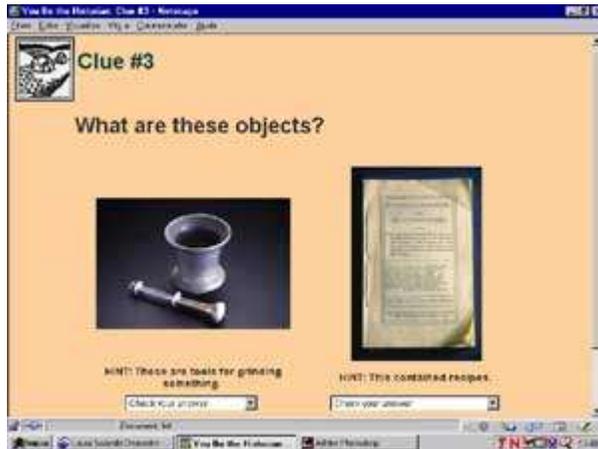
Imagen del juego *Arrange Grandfather's House* en el web



Consiste en una ilustración de una casa tradicional de Corea, con sus diferentes espacios (porche, cocina,

habitación de la mujer...) y una serie de objetos que corresponden a cada ámbito. El niño tiene que hacer clic simplemente en cada objeto y arrastrarlo hasta el espacio al que pertenece. Si los apareja correctamente, aparece una felicitación y una pequeña explicación del uso que tenía aquel objeto en la casa coreana.

Un segundo recurso, específicamente dirigido al público escolar, es el web [You Be the Historian](#), creado por el Museo Nacional de Historia Americana. En él se pretende que los escolares trabajen desde el aula y con la ayuda del profesor los procedimientos y métodos de la investigación histórica. El web se concibe en forma de *juego de investigación* sobre la vida de una familia de colonos de final del siglo XVIII. A partir de "pistas" (fuentes documentales e imágenes de objetos de la época) se tienen que responder unas preguntas sobre cómo era la vida de estos pioneros americanos. Concebido como un producto para ser utilizado en un aula, el web ofrece una guía para el maestro, donde se indica la manera de utilizar el web en el currículum escolar.



Ejemplo de una "pista" que se ofrece en el web *You Be the Historian* (nivel muy básico)

Los objetos que sirven para contestar la pregunta que se formula son mucho más complejos (web *Star-Spangled Banner*):



Una estructura similar, pero de mayor complejidad, es la que ofrece otro web de la misma institución: [Star-Spangled Banner](#). En esta exposición en línea se nos explica la historia de la primera bandera americana, que inspiró el himno de la nación. Ofrece dos recursos interactivos interesantes. Uno es un *test de respuesta múltiple* (*Test Your Knowledge*) sobre los contenidos del web, lo que obliga a consultar la información ofrecida si se quiere contestar acertadamente. El otro es un juego (*You Solve the Mystery*) de estructura similar a la ofrecida en el web *You Be the Historian*, pero de mayor dificultad conceptual, donde a partir de la consulta de fuentes documentales (artículos, cartas, fotografías) se tienen que responder una serie de cuestiones. En este caso, los juegos no van dirigidos a un público estrictamente en edad escolar sino que se abren a un amplio abanico de usuarios. Y, por el nivel de complejidad que propone, todo hace suponer que el público objetivo es un público adulto o de estudiantes universitarios.

Una mención aparte merece la batería de juegos que ofrece la exposición (exclusivamente virtual) "[Ancient Egypt](#)", ofrecida por el British Museum. Es una magnífica exposición en línea sobre los principales aspectos de la vida en el Egipto faraónico. Cada ámbito temático se nos presenta dividido en cuatro partes: una introducción general al ámbito, una explicación ampliada sobre aquel ámbito (*Story*), una segunda parte que plantea los contenidos en forma de interrogantes para que el usuario reflexione y busque las respuestas (*Explore*) y, finalmente, un apartado que con el título de *Challenge* (es decir, 'reto') propone un juego interactivo en línea relacionado con cada uno de los ámbitos temáticos. Así, se puede aprender a jugar al *sennet* (juego de mesa del antiguo Egipto), descifrar jeroglíficos, conseguir pasar pruebas y obstáculos con la ayuda del poder de los dioses...





Dos ejemplos de juegos en el web *Ancient Egypt* del British Museum

En este caso, los juegos son un componente estructural del mismo web y no simples añadidos a los contenidos, ya que esta exposición concibe el aprendizaje como resultado de una acción activa del educando y ofrece los contenidos de manera que el receptor se tenga que implicar en el proceso. La gradación de los niveles, la magnífica arquitectura del web, que facilita en todo momento la ubicación del usuario dentro del discurso, y la utilización de los juegos como elemento de implicación personal en la búsqueda hacen que los contenidos sean transmitidos de forma eficaz e imperceptible para el usuario. Jugar aprendiendo es una buena manera de incorporar los contenidos. Vincular el juego con el aprendizaje es una nueva manera de entender el hecho educador y una forma también de romper el prejuicio que asocia aprendizaje o museos con una actividad académica, aburrida y poco estimulante.

Otra iniciativa en esta línea es la que propone el Museo de Bellas Artes de Boston con su exposición "[Pharaohs of the sun: Akhenaten, Nefertiti, Tutankhamen](#)", complemento en línea de la exposición temporal sobre el periodo amarniano (1353-1336 a.C.) que tuvo lugar en el museo entre noviembre de 1999 y febrero de 2000. Es un producto muy rico y autónomo de la exposición presencial, que, a pesar de ofrecer solamente una pequeña selección de las piezas expuestas (que provienen de cinco países de todo el mundo), consigue transformar el discurso expositivo proponiendo un nivel de profundización sobre las piezas que actúa como verdadero generador de conocimiento. Tampoco existe en este caso un apartado específico de juegos, sino que las páginas que piden una intervención activa del usuario están distribuidas por todos los apartados del web.



Talata Puzzle: juego para explicar cómo se recomponen los relieves en piedra (web *Pharaohs of the sun*)



Traductor de jeroglíficos que permite leer las inscripciones de la puerta falsa de Redi-nes (tumba G 5032, VI dinastía) en Gizeh (web *Explore Ancient Egypt*)

El Museo de Bellas Artes de Boston dispone también de un web que muestra su colección permanente. Su web, [Explore Ancient Egypt](#), propone una serie de elementos interactivos con el usuario: un "traductor" de jeroglíficos, la comparación entre el dibujo de un relieve egipcio y cómo se visualizaría aplicando las leyes de perspectiva occidental, un rompecabezas, etc. El museo utiliza todo tipo de juegos para hacer participar al usuario en su discurso, favoreciendo así el aprendizaje y la creación de una experiencia única y diferenciada, de valor añadido respecto a la visita en la sede de Boston.

Así, pues, podemos observar que *la oferta de juegos interactivos en los webs de museos está vinculada generalmente a un propósito educativo*. Se quiere que el usuario interactúe con los contenidos del web para que los vaya asimilando de forma lúdica y agradable. Por lo tanto, podemos apuntar que uno de los posibles usos de algunos recursos interactivos es como herramienta de aprendizaje, que se convierte en un potente instrumento en la construcción del conocimiento.

Otro recurso interactivo importante son las *encuestas evaluativas* que a veces se ofrecen en exposiciones en línea, como podemos ver en la exposición "[Aureum Opus. Cinco siglos de libros ilustrados](#)". Acostumbran a presentarse en forma de formulario de respuesta cerrada con un espacio para poner un comentario abierto y la función de ser enviadas, una vez rellenas, a los responsables de la encuesta de forma automática.



Fragmento de encuesta de la exposición "Aureum Opus. Cinco siglos de libros ilustrados" (museu Frederic Marès y UOC)

El recurso interactivo de las encuestas es necesario ponerlo en entredicho. Aun siendo un elemento de retroalimentación importantísimo para los responsables del web, no presenta ningún valor añadido para el usuario, que tiene que invertir tiempo a responder una batería de preguntas a cambio de nada. Por este motivo, las encuestas no acostumbran a tener muy buena respuesta de público^[2] y se tiene que valorar su eficacia real y su presencia en los webs.

Finalmente, una nueva opción que empieza a aparecer en los webs de museos es la posibilidad de *generar un itinerario de visita personalizado*, a partir de la selección de los fondos digitalizados y entrados en una base de datos en línea. Así, el usuario se puede construir su propio museo en línea, con una selección de sus piezas preferidas, e incluso añadir comentarios personales, como puede verse en el portal [Musée Virtuel du Canada](#) en la opción *Mon musée*. Esta opción permite la personalización del portal según las preferencias del usuario: puede seleccionar hasta un máximo de treinta imágenes entre las que ofrece la galería de imágenes y añadir comentarios personales. De esta manera, cada vez que el usuario accede al portal puede visitar su selección de objetos e ir añadiendo comentarios e información cada vez que lo desee. Nos encontraríamos, pues, delante de un "museo a la carta", que permitiría la confección de un itinerario singularizado según los intereses y preferencias del visitante.



Presentación de la sección *Mon musée*, con sus opciones, dentro del portal patrimonial *Musée Virtuel du Canada*



Ejemplo de personalización: se ha escogido una pieza entre los fondos que ofrece el portal y se ha añadido a la ficha base un texto generado por el usuario

5. El ámbito público

Hasta ahora las iniciativas estudiadas actúan sobre el usuario individual y el resultado de las acciones se circunscribía a un ámbito privado. Pero existen otras iniciativas en la red que dan un paso más allá abriendo el diálogo a un foro público y alcanzando nuevos niveles de interactividad. Estos niveles permiten al usuario generar contenidos de forma más o menos controlada por el emisor y exponerlos públicamente, pudiendo actuar como estímulo para nuevas intervenciones.

Dentro de este grupo de recursos los más habituales son los *foros de opinión* sobre algún tema determinado. En estos foros, el usuario puede expresar su opinión sobre algún tema propuesto por la organización y debatirlo con otros usuarios. También

puede simplemente hacer constar su opinión sobre el web o la exposición en un *libro de visitas* electrónico. En ambos casos el grado de intervención de la organización sobre los contenidos se limitaría a eliminar las intervenciones de contenido ofensivo o insultante, dejando libertad al usuario para manifestar su opinión. Algunos de estos foros se convierten en verdaderos dinamizadores de los contenidos, dando al web una vida colectiva que sobrepasa las expectativas de los propios organizadores.

Para verlo con más detalle, podemos analizar en primer lugar la exposición "[Voyage of the St. Louis](#)". Se trata de una exposición en línea organizada por el Museo del Holocausto de los Estados Unidos, en Washington, que relata el viaje hacia el exilio forzoso que vivieron 937 refugiados judíos alemanes en el año 1939, a bordo del barco St. Louis, intentando encontrar asilo en Cuba y en los Estados Unidos. El web se construye sobre un discurso empático y narra las vidas de algunos de los pasajeros. Utiliza un tipo de juego interactivo: propone el análisis de las pistas ofrecidas en documentos de la época para conseguir reconstruir la historia de los personajes reales. Pero el recurso interactivo que queremos destacar es el llamamiento a la colaboración de los usuarios que sean supervivientes, descendientes o conocidos de los pasajeros del St. Louis. Se les pide que aporten todo tipo de testimonios y documentos gráficos relacionados con el viaje y con los pasajeros, de manera que puedan ir incorporándose nuevas historias personales en el web. De esta forma, serían los propios usuarios los que irían desarrollando los contenidos del web, construyendo conocimiento y memoria de forma colectiva.



Llamada a la colaboración en la exposición "Voyage of the St. Louis"



Foro de la exposición "Without Sanctuary"

Un caso similar, pero no paralelo, es el de la exposición "Without Sanctuary: Lynching Photography in America" <http://www.journale.com/withoutsanctuary/index.html>. La historia es bastante curiosa. La New York Historical Society hizo una exposición sobre la colección fotográfica privada de James Allen sobre imágenes de linchamientos de gente de color hasta los años treinta en los Estados Unidos. Tanto la exposición presencial como su homónimo en línea provocaron tal conmoción que comenzaron a aparecer testimonios con nuevas imágenes o hubo descendientes de los muertos que reconocieron en la fotografía a un familiar. Se generó un intenso debate público sobre un vergonzoso pasado colectivo que se había querido olvidar, y, una vez clausurada la exposición presencial, el web se siguió alimentando de las aportaciones de los particulares. El fenómeno es diferente a la exposición anterior, ya que los organizadores no habían previsto ni solicitado de antemano esta respuesta del público. Pero fueron bastante hábiles como para comprender que la exposición en línea podía actuar como catalizador de este sentimiento colectivo. Por lo tanto, en este caso, la exposición proporciona en línea una nueva dimensión comunicativa a la exposición presencial, que permite la construcción colectiva de la memoria de una comunidad. Actualmente, aunque hace casi dos años que la exposición presencial cerró las puertas, el foro de debate sigue absolutamente en activo y es utilizado por profesores de disciplinas diversas para mostrar a sus alumnos una parte de su historia a menudo silenciada o simplemente para descubrir la propia memoria colectiva:

"El profesor de Historia Americana nos dio la dirección de esta página para que viésemos las fotografías y el documental. Reconozco que me han impactado. Me preocupa que en las fotografías se vea como la gente sonreía." (Tande, 10/10/01)

"Creo que es importante que todo el mundo pueda acceder a las fotos de esta página web. Es posible que algunas sean detestables, pero aun así son la pura verdad. Y la verdad es lo que la gente tiene que saber para darse cuenta de cómo han sufrido los afroamericanos en el pasado. Gracias por ofrecernos la oportunidad de ver estas fotografías..." (Danielle Jones, 10/10/01)

A pesar de que estas experiencias nos puedan hacer pensar lo contrario, los foros no tienen siempre esta respuesta del usuario. En muchas ocasiones, los foros se convierten en páginas "muertas" en un web a pesar de los esfuerzos de dinamización de sus responsables. En estos dos casos funcionan porque el tema de la exposición interesa de forma muy significativa al visitante. En el caso de público no

Finalmente, podemos analizar una exposición concebida absolutamente sobre la premisa de la interactividad. "Collected visions. An interactive archive of stories and snapshots" <http://www.cvisions.cat.nyu.edu/> pone los fondos fotográficos del Center for Creative Photography al alcance de los usuarios para que construyan una historia, real o imaginaria, a partir de las imágenes. Estas imágenes son fotografías familiares, ofrecidas por más de 350 personas para construir un discurso identitario. Así, con historias de vida reales o imaginadas se construyen visiones colectivas de vida cotidiana. Con este prisma, este web es un experimento de microhistoria que trasciende la anécdota para ofrecer una imagen absolutamente impresionante de los sentimientos y sensaciones del hombre de fin de siglo. La intervención de la institución es mínima: pone simplemente al alcance del usuario las herramientas para elaborar los contenidos. En este sentido, "Collected Visions" propone una exploración por un nuevo lenguaje comunicativo e identitario por medio de las TIC. La construcción del conocimiento deja de ser patrimonio de una institución para convertirse en el resultado de una acción colectiva. La interactividad, pues, se nos muestra como el gran reto de las relaciones entre las TIC y la difusión del patrimonio. Sólo la creación de nuevos lenguajes y de nuevas formas de intervención de los usuarios en el discurso expositivo permitirán alcanzar realmente la dimensión comunicativa que las exposiciones en línea permiten. Hay que destacar que uno de los apartados que se propone es "Positive visions", relacionado con personas víctimas del sida, tema de fuerte carga empática tanto para los afectados como para sus familiares.



Intervención en "Collected visions": en este caso, el autor dispone de imágenes proporcionadas por el centro que no tienen relación real con su familia.



Intervención en "Positive visions": el usuario ha trabajado con imágenes propias de fuerte carga emocional para él.

6. Clausura

Como hemos podido ver en las líneas anteriores, el concepto de interactividad no es unívoco. Presenta multitud de significados y esconde multitud de propósitos. Un recurso interactivo es eficaz cuando cumple las expectativas de quienes lo han implementado en el web. En principio, la finalidad básica de cualquier recurso interactivo, sea cual sea, es que pueda ser utilizado por el usuario. Ahora bien, las formas de uso son múltiples y, por lo tanto, si un recurso interactivo no se utiliza en la práctica, es necesario pensar que probablemente no esté bien diseñado o no responda a las necesidades del usuario.

En el caso de los webs de museos, el recurso interactivo más utilizado, aparte del correo electrónico de contacto con la organización, son los juegos. Este hecho no es casual sino que se inserta en la voluntad de concebir el museo como un espacio de aprendizaje no formal. Dentro de este marco, la inclusión de recursos lúdicos favorece la transmisión de conocimientos de forma ligera y agradable para el usuario.

No obstante, aunque los juegos se nos revelan como una herramienta muy potente de aprendizaje en el ámbito del patrimonio, hay otro tipo de recursos interactivos que no pueden ser menospreciados. Algunas experiencias nos están demostrando ya que una concepción interactiva del web, incluso en el ámbito de la génesis de contenidos, es una realidad posible. Para que estas posibilidades desarrollen su máxima eficacia tienen que darse unas condiciones empáticas determinadas entre el usuario y el tema de las exposiciones, o dicho de otra manera, tiene que establecerse una complicidad entre el museo y su público.

Estas experiencias no tienen que circunscribirse a un tipo de público determinado, ya que cualquier sector de público puede convertirse en cogestor de contenidos en línea. Un ejemplo de este supuesto serían los foros entre miembros del sector profesional (público especializado), donde el museo actuaría como catalizador de intercambio de experiencias y como punto de encuentro entre los profesionales de la investigación y el sector académico.

En resumen, un análisis de este tipo de recursos tiene que considerar diversos

factores. En primer lugar, el tipo de público al que va dirigido, valorando sus expectativas y necesidades. En segundo lugar, la definición de las finalidades (educativa, participativa, evaluativa, etc.) que quieran conseguir los gestores del web con la oferta de un recurso determinado en su página. Y, finalmente, la accesibilidad tecnológica del recurso con respecto a los equipos de los usuarios potenciales (un recurso que necesite un programa informático de última generación para ser utilizado quedará fuera del alcance de la mayoría de usuarios).

Las posibilidades de los recursos interactivos en entornos virtuales solamente empieza a verse. La propia maduración del medio y del nuevo lenguaje que genera nos permitirá descubrir nuevas posibilidades y nuevos caminos de relación entre los diversos agentes implicados. Nos encontramos ante un proceso imparable que obliga a hacer un esfuerzo de reflexión crítica sobre el significado y las potencialidades de estos nuevos lenguajes en la sociedad del conocimiento.

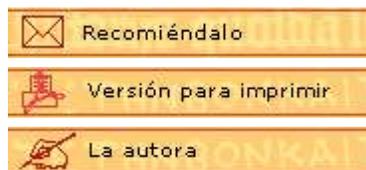
Enlaces relacionados:

- ★ Juego didáctico *You Be the Historian*:
<http://americanhistory.si.edu/hohr/springer/index.htm>
- ★ Juego didáctico *Arrange Grandfather's House*:
<http://www.seattleartmuseum.org/exhibitions/grandfathershouse/kids/forkids.htm>
- ★ *Star-Spangled Banner*:
<http://www.americanhistory.si.edu/ssb/>
- ★ "Ancient Egypt":
<http://www.ancientegypt.co.uk/>
- ★ "Pharaohs of the sun: Akhenaten, Nefertiti, Tutankhamen":
<http://www.mfa.org/egypt/amarna/index.html>
- ★ *Explore Ancient Egypt*:
http://mfa.org/egypt/explore_ancient_egypt
- ★ "Aureum Opus. Cinco siglos de libros ilustrados":
<http://www.uoc.es/humfil/aureum>
- ★ *Musée Virtuel du Canada*:
<http://www.museevirtuel.ca/>
- ★ "Voyage of the St. Louis":
<http://www.usmm.org/stlouis/>

[Fecha de publicación: abril de 2002]

© Laura Solanilla Demestre, 2002

Digithum / 4
ISSN 1575-2275



 Enlaces relacionados

 Abstract in English

SUMARIO

1. Presentación
2. Interactividad: cómo, entre quién, dónde
3. La interactividad en las exposiciones en línea
4. El ámbito privado
5. El ámbito público
6. Clausura

Nota*:



Este artículo es un extracto del trabajo de final de carrera de Humanidades, *Argon@uta. Las TIC en los webs de los museos de historia y arqueología*, defendido el 2 de julio de 2001.

Nota1:



VIDAL, G. (1998). "L'interactivité et les sites Web de musée". *Publics et Musées*. Presses Universitaires de Lion. Nº 13 (enero-junio 1998).

Nota2:



"Debido a la falta de participación, menos del 0,001% de los visitantes respondía la encuesta...", extracto de CARRERAS, C. (1999-2001). *Proyecto OLIBA. Segunda parte: 'Seguimiento, evaluación y estudio de público. Museo virtual y museo presencial'*. UOC (inédito).