

## Resumen

Los estudios realizados sobre los museos virtuales defienden en todo momento al **museo virtual** como un **recurso didáctico** muy potente para el aula y para el aprendizaje de todos los públicos. Sin embargo, a pesar de que estos entornos virtuales ofrecen recursos y actividades educativas, **aún no son valorados** lo suficientes como para ser aplicados dentro del sistema educativo.

**Palabras claves:** educación, comunicación, museos virtuales y patrimonio cultural.

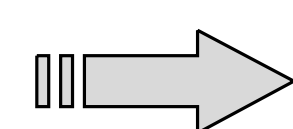
## Objetivos

**Recabar** información y **conocer** como es la acción comunicativa y educativa de los museos seleccionados, con el fin de **identificar** cuáles son los obstáculos y las potencialidades de estos portales webs para el proceso de enseñanza-aprendizaje.

**Valorar** al museo virtual como un modelo de buenas prácticas para la educación artística.

## Metodología

CUALITATIVA



Técnicas cuantitativas

Cuestionario



Sistema de evaluación

Fiabilidad (intra 100%) (inter 85%)

## Muestra

NACIONALES



MUSEO NACIONAL DEL PRADO

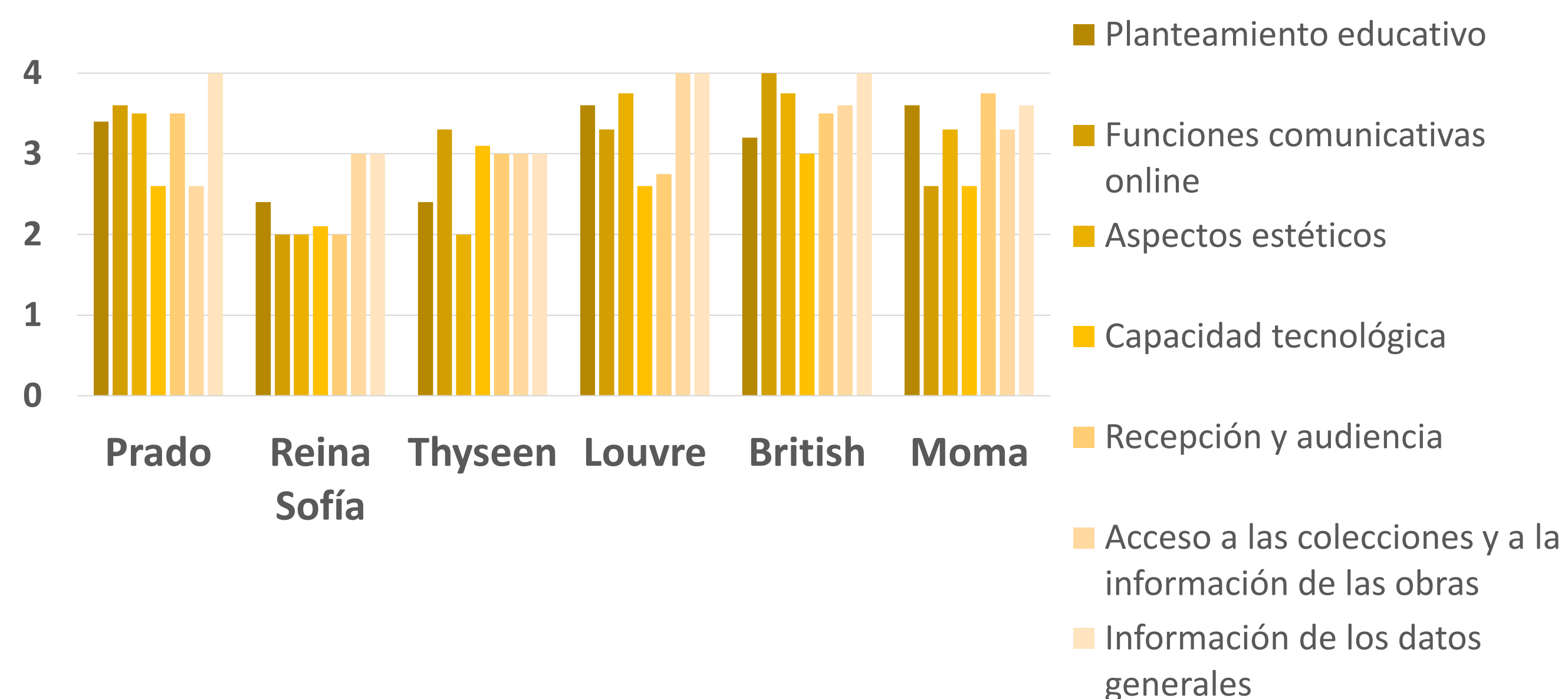
INTERNACIONALES



MoMA  
The Museum of Modern Art

## Resultados

Figura 1: Valoración de las diferentes dimensiones de cada museo



El Museo del **Louvre** y el **MoMA** destacan por ofrecer una gran cantidad de recursos y actividades **educativas interactivas** (juegos, material didáctico descargable, mapas conceptuales, contenido multimedia, biblioteca mediática y tecnología Street).

El museo que más **medios** utiliza para difundir sus contenidos es el **Británico**. Y el museo que menor **visibilidad** tiene es el **Reina Sofía**.

La calidad de la **interface** del Museo del **Louvre** y **Británico** se ajusta a los criterios de simplicidad, eficiencia, legibilidad, claridad, utilidad y comprensión.

El Museo **Reina Sofía**, el **Prado**, el **Louvre** y el **MoMA**, no cumplen con éxito con todas las pautas de **accesibilidad** del W3C (2008).

Los usuarios virtuales que más visitan el Museo del **Prado** proceden de España, EE.UU, México, Portugal, Francia, Irlanda, Alemania, Italia y Gran Bretaña.

El Museo **Thyssen** expone unas **700 obras online** respecto a las 768 obras de la colección. En cambio, el Museo del **Prado** solo expone en su portal web el **29%** de la colección.

Casi todos los museos analizados cumplen estrictamente con los **criterios** que debe tener un portal web en relación a la **información de los datos generales** del museo.

## Conclusiones

- ✓ Aunque hay aspectos técnicos que deben ser mejorados, la mayoría de ellos ofrecen una gran variedad de herramientas, recursos y actividades educativas, que pueden ser aplicados por el docente en el aula.
- ✓ Los museos analizados se esfuerzan por ofrecer sus contenidos de manera atractiva, complementando a la información de las obras con diferentes recursos digitales que favorecen la interactividad con el usuario.
- ✓ Todos los museos seleccionados ofrecen canales de comunicación bidireccional en la cual el público puede participar de manera activa en la oferta cultural.
- ✓ Gracias al carácter lúdico, se refuerza la reflexión crítica, el pensamiento creativo y el aprendizaje de las diferentes manifestaciones culturales y artísticas.

Los **museos virtuales** son un modelo de **buenas prácticas**, puesto que, se trata de un recurso **pedagógico** eficaz, que ayuda a desarrollar en los usuarios, diferentes **habilidades y competencias** de la **educación y la comunicación**.

## Bibliografía

- Álvarez, D. P., & Payá, R. A. (2013). Patrimonio educativo.es: un espacio virtual de aprendizaje para el estudio del patrimonio educativo español. *Cuestiones Pedagógicas*, 22, 117-140.
- Calaf, M. R. (2003). *Arte para todos: miradas para enseñar y aprender el patrimonio*. Gijón, España: Trea.
- Munilla, C. G., Solanilla, D. L., & Carreras, M. C. (2003). Museos online, nuevas prácticas en el mundo de la cultura. *PH:Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 11(46), 68-78

## Contacto

sanrodtr@doctor.upv.es

+ info

