

# HERMUS

HERITAGE & MUSEOGRAPHY

NÚMERO 22 · AÑO 2021 · EDICIONES TREA · ISSN 2462-6457

TREA



## Museos y patrimonio en la era dC: la huella del COVID-19 y el futuro por reconstruir

### MONOGRAFÍAS

**PILAR RIVERO GRACIA** | **GLÒRIA JOVÉ MONCLÚS** | **CAREN**

**SEBASTIÁN NOVELL:** Educomunicación en las redes sociales de los museos en la era post covid: el paradigma co-creativo

♦ **ALEJANDRA CANALS** | **XAVIER ROIGE:** «Todo irá bien».

Documentar y exponer la vida cotidiana bajo el COVID-19 en los museos

♦ **FABIEN VAN GEERT:** Les impacts de la COVID-19

et la « nouvelle normalité » des musées français

♦ **NATHALIE THOMAS** | **ROMAIN PRÉVALET:** Comment - en pleine pandémie du

covid-19 - le tourisme et la culture tentent de repenser leurs offres

? L'exemple de la visite virtuelle

♦ **AMILCAR VARGAS** | **ESTHER MÍNGUEZ PÉREZ** | **RICARDO IGNACIO YUSIM:** La adaptación

digital de los museos post Covid-19: oportunidades y retos para

su transformación tecnológica. El caso de Casa Batlló en Barcelona

♦ **PERE VILADOT** | **MARTA SOLER** | **JAVIER HIDALGO** | **ERIK**

**STENGLER** | **GUILLERMO FERNÁNDEZ:** El Museo Transformador y

la gestión estratégica: digitalización después de la COVID-19

### ARTÍCULOS DE TEMÁTICA LIBRE

**SEBASTIÁN MOLINA PUCHE** | **AMAIUR ARMESTO SANCHO:** El patrimonio como elemento de aprendizaje en los viajes educativos de estudiantes estadounidenses en Europa

♦ **MARÍA-TERESA RIQUELME-QUIÑONERO** | **MARIO RAMÍREZ GALÁN** | **GABINO MARTÍN-SERRANO RODRÍGUEZ:** La cartografía como herramienta para la musealización de las batallas de la Guerra de la Independencia.

Estudio de caso: Bailén

♦ **LUZ MACEIRA-OCHOA:** Apuntes

feministas para repensar los museos: reflexiones a partir de una

experiencia en el Museo de Memoria y los Derechos Humanos

### MISCELÁNEA



Universitat de Lleida  
Departament de Didàctiques  
Específiques

# HERMUS

HERITAGE & MUSEOGRAPHY

22



NÚMERO 22, AÑO 2021

## Museos y patrimonio en la era dC: la huella del COVID-19 y el futuro por reconstruir



Universitat de Lleida  
Departament de Didàctiques  
Específiques

■ TREA ■

# HERMUS

HERITAGE & MUSEOGRAPHY

## Dirección

**Joan Santacana Mestre** Universitat de Barcelona  
**Nayra Llonch Molina** Universitat de Lleida

## Secretaria científica

**Verónica Parisi Moreno** Universitat de Lleida

## Coordinación del número

**Marta Conill-Tetuà** Consell Comarcal del Vallès Occidental  
**Alexandra Georgescu Paquin** Universitat de Barcelona

## Consejo de redacción

**Beatrice Borghi** Università di Bologna  
**Roser Calaf Masachs** Universidad de Oviedo  
**Laia Coma Quintana** Universitat de Barcelona  
**José María Cuenca López** Universidad de Huelva  
**Antonio Espinosa Ruiz** Vila Museu. Museo de La Vila Joyosa  
**Olaia Fontal Merillas** Universidad de Valladolid  
**Carolina Martín Piñol** Universitat de Barcelona  
**Joaquim Prats Cuevas** Universitat de Barcelona  
**Pilar Rivero García** Universidad de Zaragoza  
**Gonzalo Ruiz Zapatero** Universidad Complutense de Madrid

## Consejo asesor

**Leonor Adán Alfaro** Dirección Museológica de la Universidad Austral (Chile)  
**Silvia Alderoqui** Museo de las Escuelas de Buenos Aires (Argentina)  
**Konstantinos Arvanitis** University of Manchester (Reino Unido)  
**Mikel Asensio Brouard** Universidad Autónoma de Madrid  
**Darko Babic** Universidad de Zagreb (Croacia)  
**José María Bello Diéguez** Museo Arqueológico e Histórico da Coruña  
**John Carman** Birmingham University (Reino Unido)  
**Glòria Jové Monclús** Universitat de Lleida  
**Javier Martí Oltra** Museo de Historia de Valencia  
**Clara Masriera Esquerra** Universitat Autònoma de Barcelona  
**Ivo Mattozzi** Libera Università di Bolzano (Italia)  
**Maria Glòria Parra Santos Solé** Universidade do Minho (Portugal)  
**Rene Sivan** The Tower of David Museum of the History of Jerusalem (Israel)  
**Pepe Serra** Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC)  
**Jorge A. Soler Díaz** Marq-Museo Arqueológico de Alicante  
**Sebastián Molina Puche** Universidad de Murcia

## Envío de originales

<http://raco.cat/index.php/Hermus/index>

## Dirección editorial Compaginación

Álvaro Díaz Huici  
Alberto Gombáu [Proyecto Gráfico]

ISSN 2462-6457

### Presentación

- 4-6 Museos y patrimonio en la era dC: la huella del COVID-19 y el futuro por reconstruir  
*Museums and heritage in the post-COVID-19 era: the footprint of COVID-19 and rethinking the future*  
MARTA CONILL-TETUÀ Y ALEXANDRA GEORGESCU PAQUIN

### Monografías

- 8-17 Educomunicación en las redes sociales de los museos en la era post covid: el paradigma co-creativo  
*Educommunication through the museums' social media in a post-Covid era: the co-creative paradigm*  
PILAR RIVERO | GLÒRIA JOVÉ MONCLÚS | CAREN SEBASTIÁN NOVELL
- 18-42 «Todo irá bien». Documentar y exponer la vida cotidiana bajo el COVID-19 en los museos  
*«Everything is Going to Be Okay». Documenting and exposing everyday life under the COVID-19 in museums*  
ALEJANDRA CANALS | XAVIER ROIGE
- 43-61 Les impacts de la COVID-19 et la « nouvelle normalité » des musées français  
*The Impacts of COVID-19 and the «New Normality» of French Museums*  
FABIEN VAN GEERT
- 62-80 Comment - en pleine pandémie du covid-19 - le tourisme et la culture tentent de repenser leurs offres ? L'exemple de la visite virtuelle  
*How in the Midst of the Covid-19 Pandemic, the Tourism and Culture Sectors are rethinking their offer? The Example of Virtual Tour*  
NATHALIE THOMAS | ROMAIN PRÉVALET
- 81-103 La adaptación digital de los museos post Covid-19: oportunidades y retos para su transformación tecnológica. El caso de Casa Batlló en Barcelona  
*The digital adaptation of museums post Covid-19: opportunities and challenges for their technological transformation. The case of Casa Batlló in Barcelona*  
AMILCAR VARGAS | ESTHER MÍNGUEZ PÉREZ | RICARDO IGNACIO YUSIM
- 104-125 El Museo Transformador y la gestión estratégica: digitalización después de la COVID-19\*  
*The Transformative Museum and strategic management: Digitization after COVID-19*  
PERE VILADOT | MARTA SOLER | JAVIER HIDALGO | ERIK STENGLER | GUILLERMO FERNÁNDEZ

### Artículos de temática libre

- 127-146 El patrimonio como elemento de aprendizaje en los viajes educativos de estudiantes estadounidenses en Europa  
*Heritage as a learning element in educational trips of American students in Europe*  
SEBASTIÁN MOLINA PUCHE | AMAIUR ARMESTO SANCHO
- 147-171 La cartografía como herramienta para la musealización de las batallas de la Guerra de la Independencia. Estudio de caso: Bailén  
*Cartography as a tool for the musealization of the battles of the Peninsular War. Case study: Bailén*  
MARÍA-TERESA RIQUELME-QUIÑONERO | MARIO RAMÍREZ GALÁN | GABINO MARTÍN-SERRANO RODRÍGUEZ
- 172-190 Apuntes feministas para repensar los museos: reflexiones a partir de una experiencia en el Museo de Memoria y los Derechos Humanos  
*Feminist considerations to rethink museums: reflections based on a study at the Memory and Human Rights Museum*  
LUZ MACEIRA-OCHOA

### Miscelánea

- 191-195 IDEAL. Centre d'Arts Digitals de Barcelona y la exposición *Klimt. La experiencia inmersiva*  
MARTA CONILL-TETUÀ
- 196-198 Museu particular\* etnología d'anar per casa  
ALEXANDRE REBOLLO SÁNCHEZ | ANNA MARÍA ANDEVERT
- 199-202 María Martín Sánchez, El Prado Freak. 2020  
VIRGINIA GÁMEZ CERUELO
- 203-206 Parisi-Moreno, V. (2021). El museo escolar y la biblioteca escolar. Recursos para desarrollar la competencia informacional en educación infantil y educación primaria [tesis doctoral]. Universitat de Lleida.  
CLARA LÓPEZ-BASANTA

## MONOGRAFÍAS

**Educomunicación en las redes sociales  
de los museos en la era post covid:  
el paradigma co-creativo**

Educommunication through the museums' social media  
in a post-Covid era: the co-creative paradigm

**PILAR RIVERO GRACIA | GLÒRIA JOVÉ MONCLÚS | CAREN SEBASTIÁN NOVELL**

*Recepción del artículo: 28-04-2021. Aceptación de su publicación: 11-10-2021*  
HER&MUS 22 | AÑO 2021, PP. 8-17

# Educomunicación en las redes sociales de los museos en la era post covid: el paradigma co-creativo

Educommunication through the museums' social media in a post-Covid era: the co-creative paradigm

PILAR RIVERO GRACIA | GLÒRIA JOVÉ MONCLÚS | CAREN SEBASTIÁN NOVELL

Pilar Rivero  
Universidad de Zaragoza  
privero@unizar.es  
<https://orcid.org/0000-0002-6757-7598>

Glòria Jové Monclús  
Universitat de Lleida  
gloria.jove@udl.cat  
<https://orcid.org/0000-0003-3750-861X>

Caren Sebastián Novell  
[caresebastian@gmail.com](mailto:caresebastian@gmail.com)

*Recepción del artículo: 28-04-2021. Aceptación de su publicación: 11-10-2021*

**RESUMEN:** El confinamiento social durante 2020 llevó a una aceleración de los procesos de digitalización de los museos. Durante esos meses, a nivel planetario, las propuestas de comunicación de los museos en las redes sociales se modificaron. De estar centrada en la difusión y tener como finalidad la atracción de visitantes a la sede del museo, las redes sociales pasaron a tener una finalidad educomunicativa en la que la relación con los usuarios —el factor relacional— cobró especial relevancia.

Sin embargo, esta aceleración no fue pareja a una reflexión de lo que significaba ese cambio. El presente artículo realiza esa reflexión necesaria para fundamentar el que hemos denominado paradigma co-participativo de la educomunicación de los museos en redes sociales, que aparece determinado por una concepción del espacio cibernético como un espacio liso y participativo en el que se produce una generación de conocimiento rizomática, propia de un nuevo modelo de relación entre las instituciones museísticas y el público. Lleva a repensar los roles de ambos y a replantear la propia finalidad del museo, que se revela en su espacio digital y social como un lugar de encuentro reticular, heterotópico, panóptico y posibilitador en el que la cocreación es una de las claves de acción.

**PALABRAS CLAVE:** Educación patrimonial, estrategias comunicativas, museos, redes sociales, rizoma

**ABSTRACT:** Due to the global lockdown motivated by Covid-19 throughout 2020, the digitalisation processes of museums have been accelerated. During those months, the museums' communication proposals on social networks were modified. Instead of focusing on attracting visitors to the museum, social networks began to have an educommunicative purpose in relationship with users; therefore, the relational factor acquired special relevance. However, this acceleration was not matched by a reflection of what that change actually meant.

This article aims to elaborate on this necessary reflection to support what we have called the co-participatory paradigm of the educommunication of museums in social networks, which appears determined by a conception of the cybernetic space as a smooth and participatory space in which a generation of rhizomatic knowledge happens, thus becoming the prototypical new model of relationship between museum institutions and their public. This paradigm leads us to rethink the roles of museums and institutions while also challenging the very purpose of the museum, which is revealed in its digital space as social, reticular, heterotopic, panoptic, and enabling place in which co-creation is one of the keys to take action.

**KEYWORDS:** Heritage education, social networks, museums, communication strategies, rhizome

## INTRODUCCIÓN

Entendemos los museos, centros de arte e instituciones culturales y patrimoniales como lugares de encuentros, de interacción, de aprendizaje, de investigación y de construcción conjunta del conocimiento. Son lugares para pensar la ciudad y el pueblo y para crear ciudad, pueblo y territorio, para dinamizar ciudadanía y para mejorar nuestras formas de vida humanas y planetarias. La situación actual de pandemia y confinamiento ha generado una parada generalizada y planetaria en nuestras formas de vida. Los museos o centros de arte y las instituciones culturales y patrimoniales han tenido que cerrar sus puertas; esta parada física y espacial tan contundente ha generado y exigido a la vez una «no parada» digital como única alternativa para hacer accesibles sus contenidos y/o su programación al público, sin disponer del tiempo necesario como institución para una reflexión sobre la su función en este escenario digital. Se han generado contenidos en línea —desde exposiciones virtuales hasta conferencias y talleres compartiendo el trabajo de los artistas— y se han concretado muchos esfuerzos para hacer accesible a través de la red el fondo artístico, el de archivo y el patrimonial de la institución. La institución ha querido tener presencia en este nuevo escenario y la tecnología lo ha hecho posible.

Exhortamos a tomarnos un tiempo para repensar el rol de la institución en estos escenarios virtuales y reflexionar sobre cómo pueden contribuir a su democratización, buscando espacios híbridos más allá de la dicotomía establecida a menudo entre espacio presencial y espacio virtual. La incertidumbre y la inmediatez del momento han hecho que se concretaran múltiples propuestas. Nos atrevemos a afirmar que mayoritariamente han sido propuestas que se han realizado desde la institución a la ciudadanía para ser consumidas, como acto de generosidad a los públicos, si bien es cierto que otras fomentaban y se construían con la participación del público y permitían conocer y registrar diferentes voces y diferentes experiencias (García-Ceballos et al., 2021). Haciendo referencia a la obra de André Malraux (2017), apostamos por ir más allá del museo como una afirmación y pensar en «el museo imaginario» como una interrogación, un lugar de posibilidades. Hay voces que nos invitan a pensar la institución que está todavía por venir más allá del «tiempo del ahora», del *jetztzeit* del que nos hablaba Walter Benjamin, y hablan de «Queerizar la institución» haciendo referencia a José Esteban Muñoz y su «utopía Queer» donde propone huir del aquí y del ahora donde todo está inventado y normativizado para poder imaginar el «entonces y el allá» como una potencialidad de aquello que puede ser y todavía no es (Esteban Muñoz, 2020). Pero con total seguridad existen experiencias, pers-

pectivas e investigaciones que ya se han desarrollado en el pasado y que pueden ser releídas en este nuevo escenario. Estas nos ayudan a redefinir el museo más allá de las estructuras y creencias que dábamos por buenas y convertirlo en una institución que contribuya a la formación y al desarrollo de la ciudadanía.

## FUNDAMENTACIÓN

Tal y como ya hemos apuntado, el confinamiento social que sufrieron muchos países a causa de la COVID 19 en el primer semestre de 2020 produjo una aceleración del proceso de digitalización de los museos, reflejada rápidamente en la potenciación de visitas virtuales y en una evolución veloz de sus procesos educucomunicativos en las redes sociales (Rivero et al. 2020b; García Ceballos et. al., 2021). Esta aceleración fue impuesta por las circunstancias y por la necesidad de responder a la demanda de productos culturales de un público repentinamente confinado en sus domicilios durante meses. Los museos respondieron a ello en función de sus posibilidades técnicas y humanas y lo tuvieron que hacer de forma rápida, sin tiempo para una reflexión sobre el desarrollo de los procesos educucomunicativos en las redes sociales, ni sobre la generación de cibercomunidades patrimoniales. Muchas de estas acciones continúan y quizás hayan venido para quedarse. Es por ello por lo que creemos necesario realizar un proceso reflexivo que permita comprender lo que ha acontecido y nos dé estrategias para su mejora. Para este cometido, el presente artículo pretende proporcionar un marco teórico fundamentado que pueda servir de base para analizar los espacios sociales *on line* de los museos desde la perspectiva de la co-creación, del habitar de forma compartida un espacio digital, cibernético, que puede ser evaluado, revisado y transformado, una vez identificados casos de interés y relevancia tras un análisis cualitativo de las acciones educativas en las redes (Aso, 2017; Aso et al., 2019; García-Ceballos et al., 2021; Rivero et al., 2020b). Todo esto surge en el marco de un estudio que permite interpretar los procesos educucomunicativos museísticos en redes sociales y web 2.0 en base a un enfoque biográfico-narrativo entorno a las experiencias narradas por los miembros de los museos, creadores y gestores de las redes sociales y las webs 2.0 de estas instituciones que fueron transformadas posteriormente en historias de vida (Sebastián, 2019). Todo ello implica un cambio paradigmático ya que permite desarrollar un proceso de metac conciencia de cómo han devenido y devienen los procesos educucomunicativos en las instituciones.

En las redes sociales, los museos desarrollaban mayoritariamente acciones de difusión buscando atraer al público hacia las

actividades que se realizan en sus salas. Pero durante el confinamiento la orientación cambió necesariamente hacia procesos de educomunicación en los que la acción cultural y educativa se completaba enteramente a través de las redes sociales. Esta educomunicación, como apunta Marta-Lazo (2018), permite la sustitución del paradigma de la «transmisión» por el de la «mediación», se trata de pensar en la reapropiación de los conocimientos, reflexionando sobre las interpretaciones de modo relacional, poniendo énfasis en el proceso dentro de un espacio más libre y centrándose en la persona. Como planteaba Freire, teniendo en cuenta la necesaria participación activa (Aso, 2017; Aso et al., 2019; Rivero et al., 2020a).

En esta línea, algunos autores han propuesto que el concepto de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) debe ser revisado desde la consideración humana y relacional, trascendiendo el concepto instrumentalista, evolucionando desde lo unidireccional a lo múltiple y diverso, de lo vertical a lo horizontal, de la enseñanza reglada y aprendizaje formal a la Educación No Formal y el aprendizaje ubicuo, avanzando desde un concepto elitista de la escuela a una enseñanza a través de prácticas colaborativas sociales y culturales. En este sentido, se apuesta por la inclusión de esa «R», esencia del Factor Relacional, aplicada en el término TRIC, acrónimo de Tecnologías para la Relación, Información y Comunicación (Gabelas et al., 2012; Gabelas y Marta-Lazo, 2020). El desarrollo de este concepto se lleva a cabo desde dos planos: el propiamente relacional, que nos remite a las habilidades psicosociales; y el plano sináptico, que respondería al *modus operandi* de los procesos de aprendizaje (Gabelas et al., 2015). Y en el caso de procesos educomunicativos proyectados en el ciberespacio esto conlleva cambios profundos centrados en la participación, la colaboración creativa y la interacción en entornos virtuales (Marfil-Carmona et. al., 2015).

El factor relacional propio de las TIC usadas entorno de actos educomunicativos en el museo en las redes sociales facilitaría el diálogo, la participación y la autogestión para alcanzar la apropiación del ciberespacio y ya no solo como conflicto entre las culturas institucionales y los propios códigos experienciales, culturales e ideológicos de los usuarios; sino que mediante el Factor Relacional se posibilita «la creación horizontal de narrativas» (Marta-Lazo et al., 2016, p. 306). Resulta casi imposible no referenciar aquí al museo, pues este es un espacio de narrativa factual, ya que «parte de la realidad y de una supuesta veracidad de los hechos acontecidos para explicar historias» (Gifreu, 2017, p. 8) y

se reelabora con cada colaboración o participación de las audiencias, lo que genera un entorno participativo y de mutación

constante en el tono y el contenido de lo que se cuenta en torno a la realidad existente con las técnicas y herramientas de la ficción. (Escandón-Montenegro, 2019, p. 59).

## **RESULTADO. UN CAMBIO DE NARRATIVA: EL PARADIGMA CO-CREATIVO**

La cultura participativa conlleva que el individuo tome control de los medios sociales y narre sus propios discursos desde sus contextos y al margen de las grandes empresas y corporaciones. En nuestro caso, el usuario hará sus propias narraciones al margen de las que pueda hacer el museo. Según Díaz y Candón (2014), esta cultura participativa constituye la esencia de cualquier organización 2.0, y también para el museo supone una renovación de las prácticas, los discursos y las formas de organización y acción colectiva.

Este nuevo modo de entender la narrativa en el museo cambia el orden tradicional de generación del conocimiento en el que era la institución museística experta la que creaba un relato que transmitía a unos usuarios receptores. En el caso del museo en el ciberespacio, es gracias a la interactividad, la interacción y la accesibilidad que le son propias (Moreno-Sánchez, 2015), que la museística puede explorar «estrategias colaborativas y participativas» (Gifreu, 2017, p. 10) usando plataformas tecnológicas para cambiar la tradicional mediación social de la institución y crear un universo expandido del imaginario patrimonial que reclama una co-creación de contenidos conjuntamente con los usuarios (Martín, 2008).

La clave para hacer esto efectivo es reconocer al museo en la red como un lugar de transformaciones en el relato e, incluso, construcciones y reconstrucciones (Barinaga et al., 2017). El «museo participativo» en el que los visitantes socializan, comparten, crean y redistribuyen en torno al contenido del museo responde a un paradigma cocreativo (Cuenca-Amigo y Zabala-Inchaurreaga, 2018; Falk y Dierking, 2016; Simon, 2010; Zepeda, 2018) que puede plasmarse en las redes sociales mediante comunidades en línea (Vázquez-Atochero, 2014), las cuales pueden generar cibercomunidades patrimoniales, transfiriendo así al ciberespacio la definición de comunidad patrimonial impulsada por la convención de Faro (Rivero et al, 2020a).

Generar contenidos participativos y expandidos que el contexto digital permite crear desde la interacción y la interactividad posibilita crear un universo narrativo más allá de los propios relatos de la institución museística (Martín, 2008). Sin embargo, se debe desarrollar una «correcta actitud interactiva» (Osuna, 2011, p. 144) para que el museo pueda adaptarse a su nuevo entorno, el ciberespacio, y no estar condenado a la extinción (Scolari, 2018).

Cuando la interacción con finalidad educomunicativa se desarrolla en las redes sociales permite generar una dinámica en la que las intervenciones se retroalimentan multidireccionalmente y el conocimiento se va generando, siguiendo un modelo que podríamos denominar rizomático. Siguiendo a Deleuze y Guattari, el rizoma es definido metafóricamente como un tallo subterráneo que crece irregularmente, sin fijar un punto o un orden, que se distingue radicalmente de las raíces y de las raicillas y que se caracteriza por el hecho de que cualquier punto del rizoma puede ser conectado con otro, y debe serlo. El pensamiento de Deleuze y Guattari con su concepción de espacio estriado y espacio liso nos aporta ricas posibilidades para el análisis de la generación de conocimiento en las redes sociales desde planteamientos rizomáticos, donde se ponen en juego distintas relaciones y distintas conexiones. Tanto un espacio liso como uno estriado cuentan con puntos, líneas y superficies. El espacio estriado es el dominio de los puntos sobre el trayecto o líneas, en el todo está concebido y ordenado por lo humano; en cambio, en un espacio liso, es el trayecto el que domina el punto, como sucede en el desierto y en el océano, es un espacio no trazado. Los espacios estriados están dominados por la rutina, la secuencia y la causalidad. A su vez, el espacio estriado es extensivo, y está dominado por cualidades visibles y mensurables. El espacio liso, en cambio, se define dinámicamente en función de la transformación que está ocupado por acontecimientos y afectaciones mucho más que por cosas preconcebidas. Afectos que deben ser entendidos como devenires. Lo liso es amorfo, informal, sin escala, adimensional, sin centro, infinito, cinestésico. Es un espacio de afectos más que de propiedades. Es una percepción háptica más que óptica (Deleuze y Guattari, 1980).

Debemos recordar que los dos espacios sólo existen gracias a las combinaciones entre ambos: el espacio liso no cesa de ser traducido, transvasado a un espacio estriado; y el espacio estriado es constantemente restituído, devuelto a un espacio liso. Hay pues una interconexión entre los dos espacios y sobretodo con la manera de habitarlos.

En el contexto cibernético de las redes sociales descrito nos encontramos en un espacio liso (no codificado) Si bien la experiencia es clave para el conocimiento, el acceso a las experiencias de otros lo potencia. Este nuevo enfoque de aprendizaje cobra todo su sentido en la actualidad con el flujo narrativo de las intervenciones multidireccionales en las redes sociales.

EL MUSEO 2.0 COMO ESPACIO SOCIAL	EL MUSEO 2.0 COMO PROCESO DE COCREACIÓN
HABITAR DE LOS USUARIOS: usuarios interconectados conversan, comparten, difunden y crean juntos y en la que se ha aceptado un proceso de humanización de la red, admitiendo y propiciando el compartir experiencias personales (Rivero et al., 2020a)	Interacción Interactividad Accesibilidad Humanización
«DEJAR HABITAR» DE LA CULTURA MUSEÍSTICA: «negociación del saber y el significado entre profesionales, forjadores de las culturas del museo, y los visitantes, que en este caso no solamente los reciben, sino que forman parte de este proceso de construcción de significado.» (Padró, 2003, p. 59).	Práctica educucomunicativa: pensar estrategias colaborativas y participativas TRIC tecnologías de la relación, información y comunicación (Gabelas y Marta-Lazo, 2020)
APROPIACIÓN: «hacer su obra, modelarla, formarla, poner el sello propio.» (Lefebvre, 1975, p. 210).	Narrativas
LUGAR: MUSEO 2.0: Espacios virtuales en los que personas unidas a través de la red por el interés y defensa del patrimonio referente del museo, que a su vez comparten y generan conocimiento sobre ese patrimonio (Rivero et al., 2020a)	Cibercomunidades patrimoniales

Tabla 1 El paradigma co-creativo como desarrollo del museo 2.0. Elaboración propia

## CONCLUSIONES

El museo en los espacios virtuales ha evolucionado de un «dejar habitar» el entorno digital, en el que el museo tenía el control de la acción, a un espacio cocreativo en las redes en el que el usuario es el protagonista, produciéndose una apropiación del espacio digital del museo a través de la participación activa en la narrativa digital en las redes sociales, creando procesos de educucomunicación en los que el factor Relacional es la clave de la interacción. Esto ha sido propiciado por las propias instituciones de forma acelerada a raíz del confinamiento social de 2020, o al menos, ha sido una tentativa de la mayor parte de museos, con éxito mayor o menor en función de las circunstancias.

Este museo digitalmente cocreativo nos permite repensar los roles y reflexionar sobre su organización. No se trata de que las instituciones museísticas pierdan su estatus pues «la web social no presupone la desaparición del ejercicio de poder, sino su reformulación en otros modelos adecuados a la lógica de funcionamiento del medio digital» (Rodríguez Ortega, 2011, p. 29). Al contrario, se busca que se establezca otro tipo de comunicación entre museos y sus usuarios en un espacio liso de comunicación en el que el co-

nocimiento se crea a modo de rizoma. Y así, los espacios web 2.0 de los museos se convierten en espacios de encuentro y creación común de usuarios e instituciones.

Y en este punto, el museo 2.0 construido en las redes sociales se revela reticular, heterotópico, panóptico y posibilitador: un espacio cibernético en el que la participación multidireccional posibilita la cocreación y constituye el eje principal de la relación entre los usuarios y la institución museística.

## **AGRADECIMIENTOS**

Esta investigación ha sido financiada por MINECO/AEI-FEDER (UE), proyecto EDU2016-78163-R: Educomunicación web 2.0 del patrimonio.

## REFERENCIAS

- Aso, B. (2017). Los museos de arte contemporáneo en las redes sociales: educomunicación web 2.0. En R. López Facal (Ed.), *Ciencias sociales, educación y futuro. Investigaciones en didáctica de las ciencias sociales: VII Simposio Internacional de Didáctica de las Ciencias Sociales en el Ámbito Iberoamericano* (pp. 780-791). Red 14-Universidad de Santiago de Compostela.
- Aso, B., García-Ceballos, S., y Rivero, P. (2019). La educomunicación web 2.0 de los museos en la sociedad digital. En C. Foradada y P. Irala-Hotal (Coords.), *Re-Visiones sobre Arte, patrimonio y tecnología en la era digital* (pp. 339-345). Gobierno de Aragón.
- Barinaga, B., Moreno, I., y Navarro Newball, A. (2017). La narrativa hipermedia en el museo. El presente del futuro. *Obra digital: revista de comunicación*, 12, 101-121. <https://raco.cat/index.php/ObraDigital/article/view/328401>
- Cuenca-Amigo, M., y Zabala-Inchaurreaga, Z. (2018). Reflexiones sobre la participación como co-creación en el museo. *Her&Mus*, 19, 122-135. <https://tinyurl.com/pvvsdfff>
- Deleuze, G., y Guattari, F. (1980). *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Pre-textos.
- Escandón-Montenegro, P. (2019). Patrimonio de interfaz mutante. Narrativa y difusión del patrimonio ecuatoriano en las redes sociales. *Hipertext.net*, 18, 56-65. <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2019.i18.06>
- Esteban Muñoz, J. (2020). *Utopía Queer. El entonces y allí de la futuridad antinormativa*. Caja Negra editora.
- Falk, J. H., y Dierking, L. D. (2016). *The Museum Experience Revisited*. Routledge.
- Gabelas-Barroso, J. A., Marta-Lazo, C., y Aranda, D. (2012). Por qué las TRIC y no las TIC. *COMeIN. Revista de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación*, 9. <https://doi.org/10.7238/c.n9.1221>
- Gabelas, J. A., Marta-Lazo, C., y González-Aldea, P. (2015). El factor relacional en la convergencia mediática: una propuesta emergente. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 53, 20-34. <https://doi.org/10.7238/a.v0i53.2509>
- Gabelas, J. A., y Marta-Lazo, C. (2020). *La era TRIC: Factor Relacional y Educomunicación*, Egregius.
- García-Ceballos, S., Rivero, P., Molina-Puche, S., y Navarro-Neri, I. (2021). Educommunication and Archaeological Heritage in Italy and Spain: An Analysis of Institutions' Use of Twitter, Sustainability, and Citizen Participation. *Sustainability*, 13(4), 1602. <https://doi.org/10.3390/su13041602>
- Gifreu, A. (2017). Estrategias participativas y colaborativas en la narrativa factual. *Obra Digital. Revista de comunicación*, 12, 7-11. <https://doi.org/10.25029/od.2017.131.12>
- Lefebvre, H. (1975). *De lo rural a lo urbano*. Península
- Malraux, A. (2017). *El museo imaginario*. Cátedra.
- Marfil-Carmona, R., Hergueta-Covacho, E., y Villalonga Gómez, C. (2015). El factor relacional como elemento estratégico en la comunicación publicitaria. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 52, 33-46. <https://ddd.uab.cat/record/143223>
- Marta-Lazo, C. (2018). La brújula de la educomunicación. *Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication*, 9(2), 7-8. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.2.24>
- Marta-Lazo, C., Marfil Carmona, R., y Hergueta-Covacho, E. (2016). Aplicación de las redes sociales en el aprendizaje en conectividad: Uso del factor relacional en la dialéctica twitter. *Etic@net*, 16(2), 304-319. <https://doi.org/10.30827/eticanet.v16i2.11926>
- Martín, M. (2008). *La mediación social*. Akal.
- Moreno-Sánchez, I. (2015). Interactividad, interacción y accesibilidad en el museo transmedia. *Zer*, 20(38), 87-107. <https://goo.gl/yVAsUA>
- Osuna, S. (2011). Interactuantes e interactuados en la web 2.0. En R. Aparici, *Conectados en el ciberespacio* (pp. 135-150). UNED.
- Padró, C. (2003). La museología crítica como una forma de reflexionar sobre los museos como zonas de conflicto e intercambio. En J. P. Lorente, y D. Almazán (Eds.), *Museología crítica y arte contemporáneo* (pp. 51-70). Pressas universitarias de Zaragoza.
- Rivero, P., Navarro, I., y Aso, B. (2020a). Educommunication web 2.0 for heritage: a view from Spanish museums. En E. J. Delgado-Algarra, y J. M. Cuenca-López (Eds.), *Handbook of Research on Citizenship and Heritage Education* (pp. 449-470). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1978-3.ch021>
- Rivero, P., Navarro, I., García-Ceballos, S., y Aso, B. (2020b). Spanish Archaeological Museums during COVID-19 (2020): An Edu-Communicative Analysis of Their Activity on Twitter through the Sustainable Development Goals. *Sustainability* 12(19), 8224. <https://doi.org/10.3390/su12198224>
- Rodríguez Ortega, N. (2011). Discursos y narrativas digitales desde la perspectiva de la museología crítica. *Museo y territorio*, 4, 14-29.
- Scolari, C. A. (2018). *Las leyes de la interfaz*. Gedisa.
- Sebastián, C. (2019). *La historia de vida como herramienta para la evaluación de los espacios 2.0 de los museos* [Tesis doctoral]. Universitat de Lleida. <https://tinyurl.com/z8t9azz8>
- Simon, N. (2010). *The participatory museum*. Museum 2.0.
- Vázquez-Atochero, A. (2014). *Ciberantropología. Cultura 2.0*. Editorial UOC.
- Zepeda, N. (2018, 1 de febrero). *Museo 3.0: No solamente visitantes, sino el personal como usuario*. Nodo Cultura. <http://nodoocultura.com/2018/02/museo-3-0/>