

Propuesta de cita: BESOLÍ MARTÍN, Andrés (2008): “El uso de fuentes audiovisuales en museos de historia: técnicas expositivas y estrategias de comunicación”. Comunicación presentada en las *Terceras Jornadas Archivo y Memoria*. Madrid, 21-22 febrero. <<http://www.archivoy memoria.com>> [Consulta: 01/03/2008]

El uso de fuentes audiovisuales en museos de historia: técnicas expositivas y estrategias de comunicación

Andrés Besolí Martín.
Historiador y Comunicador Audiovisual.
Universidad de Barcelona.

Resumen

Los museos desempeñan, junto con las bibliotecas, archivos y otros centros de documentación, un papel fundamental en la gestión, conservación y socialización de la memoria histórica. En el siglo XXI, el papel del museo ya no se limita a la mera transmisión de conocimientos científico-sociales y humanísticos sino que también abarca otros ámbitos como la difusión de valores sociales y el ocio cultural, un valor en alza. En este sentido, en los últimos años el lenguaje audiovisual y multimedia ha adquirido un gran protagonismo en los museos de historia. Este fenómeno no sólo responde a la voluntad de incluir las fuentes cinematográficas, televisivas y sonoras primarias, así como documentales y videogramas interpretativos, en las exposiciones sino que también conforma una estrategia consciente para acercar, de una forma amena y didáctica, el conocimiento histórico a un público de amplio espectro. Ante esta tendencia museística, la museografía, como disciplina encargada del diseño y organización de las colecciones, debe adoptar nuevas soluciones expositivas y comunicativas que garanticen un óptimo aprovechamiento del mensaje audiovisual por parte del visitante.

La comunicación que se propone para las Jornadas “Las imágenes de la memoria” plantea el tema de la presentación social de las fuentes audiovisuales históricas en los museos a partir del análisis de los aspectos comunicacionales y ergonómicos implicados en el uso de diferentes estrategias museográficas. Para ello, se analizan diferentes recursos y equipamientos de carácter audiovisual, como proyecciones de vídeo, pantallas de televisión, módulos sonoros, audioguías, tecnología PDA, puntos de consulta informáticos y sistemas de realidad virtual, entre otros. La discusión se fundamenta en el estudio de diferentes casos paradigmáticos del panorama museístico europeo observados en el transcurso de la preparación del estado de la cuestión de la tesis doctoral que el autor está preparando sobre estrategias de comunicación audiovisual en museos de historia.

1. La museografía audiovisual: un ámbito de estudio emergente

La conservación, gestión y difusión del patrimonio cultural material constituye uno de los activos de la denominada «sociedad de la información». En la segunda mitad del siglo XX, sobre todo a partir de la década de 1960, la revolución tecnológica y el consiguiente *boom* del sector terciario han favorecido el nacimiento de nuevos hábitos sociales, como el disfrute del tiempo libre, y la consolidación de uno de los motores

económicos más importantes de nuestros días: el turismo cultural de masas. Esta tendencia ha propiciado que en los últimos años muchos museos y exposiciones de historia, fundamentalmente pensados para un visitante familiarizado con la materia, hayan dado paso a centros orientados a un público heterogéneo no especializado, en los cuales aprendizaje no formal y entretenimiento son dos conceptos perfectamente compatibles. Uno de los factores clave en este cambio paradigmático es la introducción del concepto de «interactividad». Esta estrategia expositiva ha sido importada del ámbito de los museos de ciencias y técnica y está contribuyendo de forma muy notable a hacer que el discurso histórico sea más atractivo, ameno y didáctico y, en definitiva, que la experiencia museográfica de visitar museos de historia sea también más satisfactoria.

Por otra parte, desde el punto de vista comunicativo el museo también se ha beneficiado de la expansión de las nuevas tecnologías audiovisual y multimedia. En la actualidad, la implementación de medios videográficos e informáticos en exposiciones y centros de interpretación histórica es un hecho habitual y ampliamente extendido en el panorama internacional. A su vez, esto se ha traducido en una notable producción bibliográfica, en diferentes idiomas, centrada en la materia.¹ Sin embargo, y aunque ya hace más de una década que los museos vienen utilizando las tecnologías de la imagen en su discurso, lo cierto es que todavía no existe una definición consensuada sobre el concepto y objeto de estudio de la museografía audiovisual como problemática específica en el marco de los estudios museológicos. Así las cosas, a menudo se tiende a confundirla con la denominada «museografía virtual», calificativo que en nuestra opinión resulta poco apropiado ya que una disciplina virtual es, en esencia, una entelequia. En realidad, la «museografía virtual» se preocupa por el estudio de los museos digitales existentes en la plataforma Internet, una tendencia en auge gracias a la enorme popularidad de la red como medio de comunicación y ocio.²

En esta comunicación nos interesamos exclusivamente por el uso de las nuevas tecnologías en los museos presenciales, es decir, aquellos centros que articulan su discurso temático —en este caso de tipo histórico— y museográfico mediante recursos de tipo audiovisual previendo la presencia física del visitante en sus dependencias. Por tanto, y para marcar una distancia respecto a la museografía en Internet, proponemos la siguiente definición operativa:

¹ Véase, a modo de ejemplo: ANTINUCCI, Francesco (2005): *Comunicare nel museo*, Roma: Laterza; BESOLÍ, Andrés (2002): «L'ús de les tecnologies audiovisuals com a recurs didàctic en museus d'història i espais de presentació del patrimoni», *Temps d'Educació*, 26, Barcelona, pp. 99-114; MINTZ, Ann y THOMAS, Selma (Eds.) (1998): *The Virtual and the Real: Media in the Museum*, Washington: American Association of Museums; SOSPEDRA, Rafel (2004): «La nueva museografía audiovisual», *Íber. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia*, 39, Barcelona, pp. 45-54.

² La problemática de los museos digitales cuenta ya con una importante tradición en la bibliografía sobre museología y difusión patrimonial. Véase, por ejemplo: BELLIDO, María Luisa (1998): «Nuevas perspectivas en la musealización del patrimonio: los museos virtuales», en: BELLIDO, María Luisa y CASTRO, Federico (Eds.): *Patrimonio, museos y turismo cultural: claves para la gestión de un nuevo concepto de ocio*, Córdoba: Universidad de Córdoba, pp. 163-175; BERTUGLIA, Cristoforo S.; BERTUGLIA, Francesca y MAGNAGHI, Agostino (2000): *Il museo tra reale e virtuale*, Roma: Editori Riuniti; CARRERAS, César y MUNILLA, Gloria (2005): *Patrimonio digital: un nuevo medio al servicio de las instituciones culturales*, Barcelona: Editorial UOC; DELOCHE, Bernard (2002): *El museo virtual: hacia una definición ética de las nuevas imágenes*, Gijón: Trea; MORENO, Isidro (2002): *Musas y nuevas tecnologías: el relato hipermedia*, Barcelona: Paidós.

«La museografía audiovisual es la disciplina museológica que concibe, diseña, aplica y evalúa todas aquellas estrategias y recursos que, mediante el lenguaje audiovisual y multimedia, comunican, de forma sincrónica a la visita, los contenidos del museo en base a unos objetivos narrativos y didácticos específicos».

En ocasiones, por un simple proceso de metonimia, también se denomina con el calificativo de museografía audiovisual el conjunto de recursos y técnicas expositivos de carácter sonoro, audiovisual y/o multimedia que conforman el discurso del museo. A efectos prácticos, consideramos que un recurso museográfico audiovisual es cualquier equipamiento, dispositivo o medio que transmite un mensaje determinado utilizando los códigos y la gramática narrativa propios del lenguaje audiovisual y, en su caso, multimedia. Por su parte, el lenguaje multimedia se caracteriza por la combinación de diferentes formatos de información susceptibles de ser percibidos a través de la vista y el oído, como texto, fotografía, infografía, animación, audio, vídeo, etcétera.



Proyección multimedia interactiva sobre una pantalla horizontal que permite navegar y consultar, mediante un dispositivo táctil *trackpad*, una gran cantidad de fechas y hechos históricos y biográficos acaecidos durante la vida del primer ministro británico Winston Churchill (1874-1965). La información consta de textos, fotografías, mapas, pequeños fragmentos de vídeo y animaciones con efectos sonoros (Churchill Museum, Londres).

2. Tipología de fuentes audiovisuales en museos de historia

Los museos y exposiciones de historia que utilizan el lenguaje audiovisual y multimedia en la exhibición de sus colecciones habitualmente recurren a un amplio abanico de sistemas tecnológicos, cada uno con sus propias ventajas y *handicaps*, así como diferentes modalidades de fuentes sonoras y audiovisuales. La función habitual de estas fuentes es informar, documentar, ilustrar, evocar, ambientar, narrar o interpretar personajes y acontecimientos históricos mediante la estimulación visual y/o auditiva del visitante. En el siguiente cuadro proponemos una clasificación tipológica de las principales fuentes sonoras y audiovisuales que se utilizan en la práctica museística, a partir de nuestra experiencia investigadora en numerosos museos de historia del panorama europeo:

Formato	Género	Subgénero
	Películas de ficción	Reconstrucción histórica rigurosa
		Recreación histórica con mezcla de elementos reales y ficticios

Audiovisual		Ficción histórica
	Películas de no ficción	Filme didáctico
		Filme de montaje
		Filme propagandístico
		Documental
	Televisión	Noticiero
		Reportaje
		Documental divulgativo
	Entrevista	Testimonio personal
		Bis a bis
	Dibujos animados	Entretenimiento
		Didáctico
Divulgación histórica		
Sonoro	Fuentes originales	Testimonio personal sobre hechos históricos
		Locución de personaje histórico
		Entrevista (Historia oral)
	Fuentes radiofónicas	Noticiero
		Retransmisión en directo
		Programa radiofónico
		Entrevista
	Locuciones	Narración
		Interpretación
		Dramatización
		Lectura de documento histórico
	Música	Composición original
		Ambientación dramática
	Efectos especiales	Material de archivo
		Ambientación dramática

2.1. El contenido de las fuentes y su función narrativa

La tecnología audiovisual (cinematógrafo, radio, televisión, vídeo) es uno de los grandes avances técnicos de la historia del siglo XX. En consecuencia, es en los centros o ámbitos expositivos dedicados a este período donde suele haber una mayor concentración de fuentes audiovisuales históricas originales. Un buen ejemplo a nivel europeo es el Imperial War Museum londinense, un museo creado en 1917 y que reúne una rica y variada colección de imágenes cinéticas y testimonios sonoros de personajes célebres y anónimos de la historia británica desde la Primera Guerra Mundial hasta el presente. El archivo y centro de documentación audiovisual del Imperial War Museum es uno de los más completos del continente y una selección de sus fondos sonoros ha sido incluida en el dispositivo audioguía personal que el visitante puede alquilar en el mostrador de información. Los fragmentos de audio van acompañados de una voz en *off* que contextualiza el momento histórico en que fueron pronunciados. No obstante, también existen numerosos módulos museográficos de tipo sonoro distribuidos a lo largo del itinerario del centro. Estos equipamientos son de tipología diversa, como aparatos de teléfono (el audio se activa automáticamente al descolgar o seleccionando una opción mediante un panel de botones); recursos interactivos dotados de auriculares o de altavoz ambiental (accionables mediante un pulsador u otros dispositivos); o

campanas de audio independientes que permiten escuchar testimonios personales y explicaciones de expertos sobre personajes y acontecimientos diversos. Obviamente, en este caso concreto la mayoría de las locuciones están en inglés, aspecto que supone una importante limitación para el público no anglófono. Este es uno de las principales problemas de la incorporación de las fuentes sonoras originales en el discurso museográfico. No obstante, se puede solucionar mediante una simple traducción en formato texto (a ser posible en diferentes idiomas) ubicada en un lugar bien visible para el usuario. Por su parte, en España uno de los primeros museos de historia en introducir las fuentes sonoras en su exposición permanente fue el Museo de Historia de Cataluña (Barcelona), incorporando equipamientos interactivos que permiten oír la lectura de textos históricos, canciones tradicionales o variantes dialectales del catalán, por citar sólo algunos ejemplos.



Campana de audio en la exposición permanente sobre el Holocausto (Imperial War Museum, Londres). El visitante se sitúa debajo y puede atender a un fragmento sonoro explicativo, de ambientación o la narración de un vídeo reproducido en una pantalla de televisión.

Como ya se ha apuntado, una segunda utilidad del lenguaje sonoro consiste en ofrecer explicaciones aclaratorias o interpretativas de los eventos históricos, en calidad de fuente secundaria. En este caso, la voz de un narrador reproduce los textos preparados previamente por expertos o por el personal del museo. Probablemente ésta sea una de las estrategias museográficas más extendida en el contexto actual de turismo de masas y multilingüismo, ya que resulta más práctico preparar pistas de audio en diferentes idiomas que rotular todos los plafones de texto de acuerdo con las demandas de los visitantes. Uno de los recursos museográficos más veterano de este tipo es, sin duda, la audioguía, introducida en algunos museos ya en la década de 1980. En la actualidad, la lista de museos que ofrecen la posibilidad de realizar la visita con audioguía es interminable y abarca diversas modalidades (historia, arqueología, historia del arte, etnografía, etcétera). Incluso, muchos yacimientos arqueológicos o conjuntos al aire libre optan por esta fórmula museográfica ante la dificultad de apoyarse en otros medios de interpretación.

Por último, en relación con las fuentes sonoras cabe añadir que, en ocasiones, algunos medios museográficos (ya sean audoguías o módulos fijos) constan o se acompañan de música y otros efectos sonoros. Ambos recursos tienen una función eminentemente dramática cuando ambientan locuciones explicativas. No obstante, también pueden servir de medio de ilustración de pasajes históricos, caso de las composiciones originales (por ejemplo, las obras de música clásica) y determinados sonidos (por ejemplo, las alarmas antiaéreas y el zumbido del motor de los aviones que bombardeaban a la población durante la Guerra Civil española o la Segunda Guerra Mundial). En definitiva, el valor museográfico de las fuentes de audio no sólo reside en

su carácter histórico sino que también pueden aportar otros factores nada despreciables en la didáctica de la historia, como empatía, emoción, curiosidad, etcétera.

Por su parte, las fuentes audiovisuales presentan, frente a las sonoras, una mayor versatilidad y riqueza desde el punto de vista narrativo y expositivo al involucrar, además del sentido auditivo, la vista. Independientemente del equipamiento tecnológico en el que se presentan al público (pantallas de televisión, proyecciones de vídeo e, incluso, asistentes digitales personales o PDA), los videogramas pueden ser presentados en diferentes formatos como imagen sin audio, imagen sin audio con subtítulos, imagen con voz en *off*, imagen con acompañamiento musical, etcétera.

Una primera variante, muy común en los museos de historia, es la utilización de fuentes audiovisuales originales a modo de ilustración, sin apenas tratamiento de montaje o doblaje. Pueden ser imágenes documentales cinematográficas, por ejemplo de la Guerra Civil española, la Segunda Guerra Mundial, sobre costumbres sociales de los años 1940, etcétera; o bien más modernas (noticiarios televisivos y otros formatos), por ejemplo de la Guerra de Vietnam, de la carrera espacial, de la catástrofe medioambiental de la central nuclear de Chernobyl, de la caída del muro de Berlín, de la Transición española, etcétera. En todos estos casos se asume que el espectador posee un mínimo conocimiento previo de los hechos y, por tanto, le resulta posible contextualizar las imágenes y dotarlas de significado histórico. No obstante, el uso comunicativo de este tipo de fuentes en bruto suele formar parte de un guión discursivo previamente planificado con elementos explicativos de apoyo (textos, fotografías, objetos, módulos informáticos de consulta, etcétera). Uno de los museos más interesantes en este sentido es el Haus am Checkpoint Charlie (Berlín), que cuenta con una impresionante colección de material videográfico sobre algunos de los acontecimientos más importantes de la historia de Europa durante la segunda mitad del siglo XX acaecidos en la capital alemana.

Hay muchos aspectos que merecen una consideración a la hora de trabajar con materiales audiovisuales destinados al gran público. Por ejemplo, si se utilizan mezcladas imágenes de fuentes originales y secundarias (películas, documentales, etcétera), el espectador debe poder diferenciar claramente ambas categorías. Por otra parte, uno de las disyuntivas más comunes a la hora de trabajar con fuentes audiovisuales históricas es valorar qué imágenes pueden generar rechazo o aprensión en el visitante e incluso resultar violentas, especialmente para los niños. Esto es muy habitual al tratar con imágenes bélicas o de los grandes dramas de la historia del siglo XX. En estos casos, el museo debe decidir, primero, si es imprescindible su uso expositivo y didáctico (es decir, se debe evitar un uso gratuito o injustificado) y, segundo, cómo deben ser presentadas a los visitantes. Un caso paradigmático de este dilema lo encontramos, nuevamente, en el Imperial War Museum de Londres. La exposición permanente sobre el Holocausto, una de las más importantes a nivel internacional, incluye imágenes cinéticas muy explícitas sobre la barbarie nazi y los campos de exterminio. En el punto de ingreso, un cartel bien visible advierte de que dicho contenido puede herir la sensibilidad del público y no recomienda la entrada a menores de 16 años. Aún así, a mitad del recorrido de la exposición se permite al visitante que, si lo desea, pueda tomar un atajo hacia la salida, una alternativa que algunos agradecen mucho. En España, por ejemplo, se da un caso parecido en el MuVIM de Valencia, donde también un cartel (aunque menos visible) advierte, antes del inicio del itinerario que se incluyen imágenes que pueden ser consideradas «no

idóneas» para niños menores de 10 años. Esta medida es muy oportuna ya que al tratarse de una visita guiada y con los tiempos pautados (una voz en *off* y unos actores marcan el ritmo de la misma) no es posible volver atrás una vez iniciada.

Sin embargo, una medida más allá de la advertencia consiste en disponer barreras que protejan a los menores de la visión directa de este tipo de imágenes, como sucede por ejemplo en el Muzeum Powstania Warszawskiego o Museo de la Rebelión de Varsovia (Polonia). En este centro se han diseñado unas estructuras que impiden que el público infantil, o cualquier visitante, pueda ver las imágenes que se consideran demasiado explícitas si no se ubica en una posición específica. La cuestión conlleva una reflexión ética sobre nuestra sociedad teledirigida más allá del ámbito de la historia y la museografía: ¿es oportuno «censurar» imágenes en nuestros museos, espacios de conocimiento y de uso libre al fin y al cabo, cuando la televisión y el cine nos ofrecen diariamente espectáculos macabros sin finalidad aparente?



Equipamiento audiovisual con imágenes drásticas de la ocupación nazi de Varsovia protegido de la visión directa por una estructura de hormigón. En su interior se ubica un monitor de televisión sólo visible cuando el visitante se acerca. Asimismo, un rótulo advierte de la naturaleza del contenido (Museo de la Rebelión de Varsovia).

Al margen de las imágenes de archivo, los audiovisuales utilizados en los museos de historia también pueden ser documentales elaborados expresamente a partir del montaje de imágenes (grabados de época, pinturas, dibujos, fotografías de elementos patrimoniales, etcétera), entrevistas a historiadores, dramatizaciones, recreaciones y simulaciones a partir de la tecnología informática, y otros muchos recursos expresivos, con diferentes objetivos comunicativos y didácticos. Esta solución es la más recurrente en el tratamiento de los periodos históricos anteriores al siglo XX, privados de fuentes audiovisuales originales. Además, en los últimos años es muy habitual ver en los museos de arqueología reconstrucciones virtuales de arquitecturas, trazados urbanísticos, escenas cotidianas, técnicas, y un largo etcétera, a partir del modelado de gráficos por ordenador basados en datos científicos. Un caso sumamente interesante se da en el Museo de las Cortes de Cádiz, primer centro español en el cual se puede realizar una visita en primera persona en un entorno histórico recreado virtualmente a escala natural. El museo cuenta con diversas estaciones informáticas dotadas de cascos de inmersión sensorial que aíslan al usuario totalmente de su entorno y lo sumergen en el Cádiz del siglo XVIII: sus calles, sus edificios, su paisanaje. Todo resulta tan audiovisual como la vida misma, con el aliciente de que se trata de un entorno tridimensional simulado a partir de datos históricos.

Otra técnica narrativa bastante corriente en museografía consiste en utilizar audiovisuales de recreación y dramatización producidos con el concurso de actores, figurantes, decorados, localizaciones históricas, etcétera. Por ejemplo, en el Museo de Historia de Cataluña (Barcelona) hay dos videogramas de estas características: uno reproduce mediante arqueología experimental cómo se fabricaba una herramienta prehistórica, y otro muestra las diferentes fases del proceso de elaboración del pergamino en época medieval. Otro caso muy interesante lo encontramos en el Museo de Historia de Valencia. El itinerario de visita incluye una serie de escenografías ambientadas en diferentes períodos históricos. Cada una de ellas ofrece la posibilidad de seleccionar, en una pequeña pantalla táctil, cinco tópicos que se corresponden con otros tantos videoclips de corta duración proyectados en la pared frontal de la propia escenografía. Estos vídeos dramáticos, perfectamente guionizados y filmados con técnicas cinematográficas, van narrando al visitante acontecimientos y personajes de la historia de la ciudad.³

Probablemente, la fórmula más recurrente de producciones audiovisuales en museos de historia sea la propia interpretación y/o contextualización histórica. Este tipo de videogramas suelen ser muy comunes como preámbulo o epílogo del recorrido, a modo de introducción de los contenidos del museo, de resumen de lo visitado o en calidad de sinopsis temática. Se caracterizan por ser audiovisuales de montaje que pueden incluir diferentes fuentes y formatos. Algunos ejemplos de esta tipología los tenemos en el Museum of London, el Jüdisches Museum Berlin, el Museo de Historia de la Ciudad (Barcelona), el Museo de Altamira, el Parque Arqueológico de las Minas de Gavá (Barcelona), entre otros muchos.

Otra modalidad que también tiene cabida en los museos de historia son los audiovisuales de ambientación, como sucede por ejemplo en el Museo Arqueológico de Alicante (MARQ) donde una proyección de vídeo panorámica muestra la recreación de diversos ámbitos de la vida romana en la sala dedicada a este período histórico. Este tipo de audiovisuales, al carecer de un guión argumental, suelen centrar su fuerza comunicativa en la vistosidad de las escenas recreadas, muchas veces gracias a la tecnología gráfica informática. Finalmente, también merece la pena señalar una categoría de audiovisuales que aportan al discurso del museo la riqueza de las vivencias personales: los testimonios en primera persona. Son videogramas bastante frecuentes en los museos de historia contemporánea, ya que los entrevistados son personas que han vivido acontecimientos recientes (la Segunda Guerra Mundial, el Holocausto, la dictadura franquista, el exilio, etcétera). Esta estrategia ha cobrado una gran actualidad en España en los últimos años gracias a la inauguración de diversos museos y refugios antiaéreos dedicados a difundir la historia de la Guerra Civil —la gran cuenta pendiente de la museografía española—, y la voluntad de contar los hechos a través de la mirada de los protagonistas. Diversos centros como el Museo-refugio de la Guerra Civil de Cartagena, el Refugio antiaéreo de Alcoy (Alicante) o el Refugio de Almería, por citar algunos casos, incorporan este tipo de recursos audiovisuales.

³ MARTÍ, Javier (2005): «El Museu d'Història de València: nuevos formatos para la didáctica de la historia», *Marq. Arqueología y museos*, 00, Alicante, pp. 57-74.



Proyección de vídeo con el testimonio de una superviviente de los bombardeos de la Guerra Civil (Refugio antiaéreo de Alcoy, Alicante).

Por su parte, el uso de fragmentos de películas de ficción en museos de historia no es una estrategia demasiado frecuente, dado que se trata de un material comercial cuyos derechos de reproducción acostumbran a tener un coste excesivo para la mayoría de presupuestos. Sin embargo, en ocasiones se utilizan algunos cortes de filmes de época (la Antigua Roma, la Edad Media, la Revolución Francesa, etcétera) o contemporáneos (la Primera Guerra Mundial, la Guerra de las Malvinas, etcétera), fundamentalmente con una intención narrativa e ilustrativa de acontecimientos. En el caso de utilizar este tipo de material, siempre es preciso dejar bien claro la naturaleza ficticia de las imágenes. El uso de la ficción en museografía puede ser beneficioso siempre y cuando se haga de forma crítica, desmontando los tópicos y falsos conceptos que la industria del cine ha ido sembrando en el imaginario colectivo a lo largo de décadas.

Un aspecto vital relacionado con el uso de contenidos de los audiovisuales en museos de historia es el tratamiento del sonido, en el caso de que lo tuviere. Sobre este asunto merece la pena plantear algunas consideraciones. La primera, y primordial, es que si el audiovisual cuenta con una narración en *off* se debe procurar por todos los medios facilitar la comprensión del mensaje. En este sentido, por desgracia los soportes de vídeo sólo permiten reproducir una pista de voz a la vez y ello implica seleccionar un idioma y centrar el mensaje en un sector lingüístico concreto del público. Ante este problema existen algunas soluciones, como la subtitulación en otros idiomas diferentes al de la narración. O la provisión, sobre todo en audiovisuales de visionado colectivo, de un receptor de radio o audioguía, de manera que a partir de unas mismas imágenes cada espectador atiende la narración en *off* en el idioma deseado. Una segunda consideración es que los videogramas que cuentan con una banda sonora producen una contaminación acústica de su entorno. Y, a la inversa, el entorno también puede dificultar al visitante una correcta audición del sonido del audiovisual (ruidos, conversaciones de otros visitantes, etcétera). Una medida sabia consiste en evitar a toda costa ubicar módulos audiovisuales de altavoz cercanos entre sí. Si ello no es posible, hay que disponer auriculares y otros medios para garantizar el aislamiento acústico del usuario. Otra solución consiste en suprimir el audio como recurso expresivo y, en caso de que exista una narración, utilizar subtítulos. En este caso, hay que tener en cuenta que puede haber visitantes no acostumbrados a leer a la vez que atienden a las imágenes y ello puede generar una incomodidad. Los subtítulos también pueden ser de utilidad para facilitar la comprensión de un discurso audiovisual cuyo sonido sea de mala calidad o poco

inteligible (por ejemplo, cuando quien habla tiene problemas de dicción o habla demasiado rápido). Una última consideración sobre el tratamiento del audio en museos de historia tiene que ver con los audiovisuales de corte explicativo y el uso de tecnicismos y convenciones historiográficas a modo de voz en *off*. Por ejemplo, entre los historiadores es muy común utilizar expresiones como «en el siglo VI a.n.e.» o «finisecular» con absoluta naturalidad. Es nuestra jerga, pero a veces no somos conscientes de que la gente de la calle no tiene por qué dominar estos conceptos y su abuso en contextos no formales como el museo puede derivar en problemas de interpretación por parte de los usuarios. En este sentido, es más adecuado utilizar una terminología más comprensible y accesible para el máximo de espectadores, como por ejemplo las expresiones «hace 2600 años» o «fin de siglo», respectivamente.

Por último, cabe mencionar que en los últimos años se está extendiendo en museografía una tendencia a medio camino entre la audioguía portátil, el audiovisual y los sistemas informáticos de consulta: los PDA o asistentes digitales personales. Se trata de ordenadores de bolsillo con pantalla digital que se entregan al visitante en la entrada y le permiten realizar su visita recurriendo a diferentes formatos de información (textos, fotografías, mapas, audios, vídeos). Tiene la ventaja de ser portable y de combinar las propiedades comunicativas del lenguaje audiovisual con la posibilidad de consultar una cantidad ingente de datos (en función de la capacidad de la memoria del dispositivo). Además, por lo común su manejo instrumental es simple, ya que substituye el uso de botones por la pantalla táctil, y la navegación por el sistema de menús muy parecida a otros programas informáticos y multimedia tan corrientes en los museos. Sin embargo, quizás uno de los usos más interesantes a efectos museográficos es la posibilidad de incluir pequeños vídeos con explicaciones en lenguaje de signos para atender al público con discapacidades auditivas. En la galería de arte Tate Modern de Londres se llevó a cabo hace años una experiencia piloto de estas características con excelentes resultados y, de momento, se ofrece solamente en inglés. Por su parte, en España el Museo Casa de la Moneda de Madrid también ha desarrollado un dispositivo PDA específico como herramienta explicativa para visitantes sordomudos españoles.⁴

2.2. Tecnología y estrategias de comunicación

En lo referente a la parte más técnica del uso de recursos audiovisuales en museos de historia, cada tecnología tiene sus propias prestaciones y limitaciones. Ambos factores en ocasiones condicionan la planificación del tipo de mensaje y/o la estrategia comunicativa. En este sentido, algunas orientaciones pueden contribuir a hacer más productivo el uso de fuentes audiovisuales históricas en el discurso museológico y museográfico.

Los recursos de tipo sonoro presentan diferentes aplicaciones. Por ejemplo, las audioguías portátiles tienen la ventaja, además de proveer servicio en diferentes idiomas, de conceder al visitante un alto grado de libertad en el ritmo y orden de la visita, así como también la posibilidad de personalizar los contenidos explicativos o históricos que quiere escuchar. En la actualidad, muchas audioguías ofrecen diferentes niveles de información, de manera que el usuario tiene la opción de ampliar la explicación si así lo desea. Otra prestación muy útil de los sistemas de audioguiado

⁴ El lenguaje de signos no es internacional sino que cada país tiene su propia gramática de gestos. Por esta razón, cada idioma requiere una «traducción» específica, al igual que sucede con el lenguaje escrito.

personal es que permiten repetir las pistas de audio tantas veces como sea necesario, característica interesante si se desea tomar notas o reescuchar conceptos no asimilados. En cambio, los equipamientos sonoros fijos, como módulos interactivos, campanas de audio, etcétera, suelen tener un discurso prefijado, aunque en ocasiones se ofrece la posibilidad de escoger diferentes pistas de audio a través de un panel de selección.



Visitante con audioguía portátil en el conjunto patrimonial al aire libre Topographie des Terror (Berlín). Los plafones de texto están exclusivamente en alemán, motivo por el cual la audioguía resulta imprescindible para que el público extranjero pueda comprender el discurso histórico.

Anteriormente ya se ha comentado las implicaciones comunicativas de la contaminación acústica relacionada con el uso de fuentes sonoras (y también audiovisuales) en el museo. Sin embargo, desde el punto de vista técnico también hay que considerar posibles soluciones. Por lo general, las audioguías no presentan este problema ya que suelen constar de un auricular mono, de tipo telefónico, o estéreo, en forma de diadema, que aísla al visitante del entorno y le permite atender a las explicaciones sin interferencias. En cambio, los recursos sonoros fijos pueden utilizar tanto un altavoz de ambiente como diferentes dispositivos de escucha unipersonales. En el primer caso, hay que regular el volumen para hacer posible la audición sin molestar a otros visitantes y, por descontado, no se deben ubicar este tipo de recursos en la cercanía de otros equipamientos audiovisuales. En el segundo supuesto, dotar a los recursos sonoros de auriculares y otras soluciones de escucha personalizada tiene la ventaja de mejorar la calidad auditiva, pero conlleva el *handicap* de que se limita la consulta de las fuentes a una persona a la vez. Además, para muchos visitantes los auriculares son poco higiénicos, sobre todo los que incluyen orejeras de espuma, y muestran aprensión hacia el uso de estos medios. En este sentido, las campanas de audio proveen información, a condición de que el visitante se sitúe justo debajo de ellas, sin contaminación acústica y sin contacto físico alguno con el equipamiento.

Por su parte, los medios técnicos audiovisuales más habituales, las pantallas de televisión y las proyecciones de vídeo, también exigen unas normas de instalación para su correcto uso. A unas condiciones óptimas de sonoridad (volumen adecuado sin provocar molestias hacia otros usuarios ni sufrir contaminación acústica procedente de otros medios audiovisuales) hay que añadir una luminosidad adecuada. Las pantallas de televisión, sobre todo los modelos digitales de última generación, presentan una gran tolerancia a la luz y permiten un visionado óptimo aún en condiciones de luz. En todo caso, hay que ubicarlas de manera que se eviten reflejos molestos. En cambio, las

proyecciones de vídeo exigen un ambiente de luminosidad baja (y aún mejor, una cierta oscuridad) para que el contraste de las imágenes sea bueno. Lo ideal es disponer un espacio específico convenientemente iluminado e, incluso, si el audiovisual tiene una cierta duración disponer asientos para garantizar la comodidad del público. En este sentido, en la práctica se demuestra que los vídeos de más de 15 minutos de duración requieren asientos dotados de respaldo y brazos para contrarrestar las posturas antinaturales que incomodan al visitante. También, desde el punto de vista ergonómico, se debe situar la pantalla a una altura suficiente para un correcto visionado sin interferencias de objetos o personas, pero sin provocar posturas forzadas del cuello. No obstante, hay otras cuestiones muy importantes que tampoco se deben descuidar. Por ejemplo, no es admisible que los espectadores accedan a la sala audiovisual pasando por delante de la pantalla o transitando por puntos que interfieran en las líneas visuales de otros usuarios.⁵



Proyección de vídeo con imágenes de la Guerra Civil en el Museo de Historia de Cataluña (Barcelona). Este audiovisual se proyecta en el interior de un espacio escenográfico que reproduce un refugio antiaéreo, en un ambiente de muy baja iluminación que favorece un óptimo visionado.

En el caso de los audiovisuales que funcionan de manera continua durante el horario de apertura del museo, a menudo los visitantes no tienen información sobre la duración de los mismos y, por tanto, no pueden determinar cuanto hace que han comenzado o cuanto tiempo falta para el final. Esta información es crítica puesto que ayuda al usuario a gestionar mejor el tiempo de su visita y a decidir, en caso de vídeos de una cierta duración, si le interesa verlos íntegramente o no. A esto hay que añadir la incertidumbre que genera el no saber de qué trata el documento audiovisual, algo común si se comienza el visionado después del título. En algunos centros, como por ejemplo el Museo de Historia de la Ciudad de Barcelona o el Victoria and Albert Museum de Londres, antes de acceder al espacio de visionado se facilita información mediante una pantalla de cristal líquido del título del programa que se está reproduciendo, el tiempo total, el tiempo restante hasta el siguiente pase y el idioma en curso (en el caso de que el vídeo esté disponible en más de un idioma). Este recurso contribuye muy notablemente a mejorar la satisfacción del visitante y, en el caso de fuentes audiovisuales históricas, permite aportar información extra como el año de producción, el archivo o fondo de procedencia, etcétera.

⁵ En la siguiente obra se incluyen algunas pautas genéricas al respecto: ALONSO, Luis y GARCÍA, Isabel (1999): «Diseño de exposiciones: concepto, instalación y montaje», Madrid: Alianza, pp. 104-107.

Por último, los equipamientos interactivos multimedia que incluyen fuentes audiovisuales y/o bases de datos de cariz histórico deben ser de manipulación fácil e intuitiva. Si su uso requiere unas mínimas instrucciones, éstas deben ser claras y constar en un lugar bien visible. Asimismo, el dispositivo de control debe ser sencillo y conocido por el usuario. En este sentido, uno de los más utilizados es el ratón de ordenador, un periférico muy habitual en la vida cotidiana. No obstante, existen otras soluciones como el *trackball*, *trackpad* o *joystick* también muy frecuentes, aunque no suelen ser tan familiares para el visitante museístico de perfil medio. En todo caso, probablemente el dispositivo más sencillo e intuitivo sea la pantalla táctil, puesto que no requiere ningún movimiento mecánico, tan solo apuntar con el dedo. Este tipo de pantallas también están muy extendidas en la vida cotidiana desde hace algunos años gracias a los cajeros automáticos, expendedores de billetes en transportes públicos, etcétera, por tanto una gran mayoría de usuarios, incluyendo las generaciones no familiarizadas con la informática, ya se sienten muy familiarizadas con su manejo.

4. A modo de conclusión

La museología científica contemporánea no concibe el museo de historia como un mero lugar que conserva objetos del pasado y obras de arte para su contemplación estética (aunque no hay nada malo en esta acepción) sino como un espacio de aprendizaje y de construcción del conocimiento al servicio de la sociedad.⁶ No obstante, el rigor científico y la voluntad formativa no están reñidos con el entretenimiento.⁷ El museo de historia del siglo XXI puede ser instructivo, participativo y ameno mediante la aplicación de los principios metodológicos de la didáctica y el uso de medios, técnicas y estrategias de comunicación audiovisual que aprovechen las fuentes primarias y/o propongan discursos de tipo audiovisual para acercar el conocimiento histórico a la sociedad. Esta es la propuesta de la museografía audiovisual, una línea de investigación específicamente preocupada por los planteamientos y metodologías que favorecen el proceso de aprendizaje en los entornos museísticos mediante el lenguaje audiovisual.

El objetivo prioritario del museo de historia es hacer comprensible su discurso al mayor número de visitantes posible para que éstos puedan utilizar este conocimiento de la manera que prefieran (aprendizaje, curiosidad, entretenimiento, etcétera). En este sentido, los medios audiovisuales se revelan, en el marco de la museografía, como una herramienta muy eficaz no sólo para mostrar fuentes históricas sino también para reinterpretar y reelaborar los discursos museológicos tradicionales y presentarlos en un lenguaje más sugerente y atractivo para el público de nuestro tiempo. Sin embargo, uno de los principales inconvenientes de este tipo de fuentes es que no son sensibles a las necesidades de los colectivos discapacitados, como invidentes y sordomudos, aunque como ya se ha comentado comienzan a aparecer algunas soluciones tecnológicas para atender a este sector de visitantes de museos. En España, además del caso referido del dispositivo PDA del Museo Casa de la Moneda, el Museo Tiflológico de Madrid también ofrece a sus visitantes con visión reducida audioguías con explicaciones tanto de contenido (historia, arte, etcétera) como de forma (descripciones detalladas de obras

⁶ GARCÍA BLANCO, Ángela (1999): *La exposición: un medio de comunicación*, Madrid: Akal; HERNÁNDEZ, Francisca (1998): *El museo como espacio de comunicación*, Gijón: Trea.

⁷ LIMA DE FARIA, Margarida (2000): «Museos: ¿educación o diversión?», *Revista de Museología*, 1, Madrid, pp. 18-25.

de arte apoyadas en maquetas táctiles). Los museos deben incluir, no excluir, y la museografía debe atender las necesidades de todos los colectivos de usuarios potenciales.

Sin embargo, no hay que caer en el error de considerar los nuevos medios audiovisuales e informáticos como la solución definitiva a las tradicionales carencias de los museos de historia, a menudo más preocupados por exponer (es decir, por la colección) que por hacer comprender (esto es, por satisfacer al visitante). Lo más importante, por encima de las innovaciones tecnológicas, es el planteamiento museológico y el tratamiento del discurso histórico: qué se quiere explicar, por qué, cómo y para quién. A partir de estas premisas es posible construir un discurso riguroso, didáctico y útil, aprovechando las fuentes históricas primarias y secundarias (de tipo cinematográfico o no) y las potencialidades comunicativas del lenguaje audiovisual y multimedia, para conseguir los objetivos perseguidos. En este sentido, no está de más recordar las palabras del escritor francés Víctor Hugo (1802-1885): «Lo que conduce y arrastra al mundo no son las máquinas sino las ideas».

Referencias bibliográficas.

ALONSO, Luis y GARCÍA, Isabel (1999): *Diseño de exposiciones: concepto, instalación y montaje*, Madrid: Alianza, pp. 104-107.

ANTINUCCI, Francesco (2005): *Comunicare nel museo*, Roma: Laterza.

BELLIDO, María Luisa (1998): «Nuevas perspectivas en la musealización del patrimonio: los museos virtuales», en: BELLIDO, María Luisa y CASTRO, Federico (Eds.): *Patrimonio, museos y turismo cultural: claves para la gestión de un nuevo concepto de ocio*, Córdoba: Universidad de Córdoba, pp. 163-175.

BERTUGLIA, Cristoforo S.; BERTUGLIA, Francesca y MAGNAGHI, Agostino (2000): *Il museo tra reale e virtuale*, Roma: Editori Riuniti.

BESOLÍ, Andrés (2002): «L'ús de les tecnologies audiovisuals com a recurs didàctic en museus d'història i espais de presentació del patrimoni», *Temps d'Educació*, 26, Barcelona, pp. 99-114.

CARRERAS, César y MUNILLA, Gloria (2005): *Patrimonio digital: un nuevo medio al servicio de las instituciones culturales*, Barcelona: Editorial UOC.

DELOCHE, Bernard (2002): *El museo virtual: hacia una definición ética de las nuevas imágenes*, Gijón: Trea.

GARCÍA BLANCO, Ángela (1999): *La exposición: un medio de comunicación*; Madrid: Akal.

HERNÁNDEZ, Francisca (1998): *El museo como espacio de comunicación*, Gijón: Trea.

LIMA DE FARIA, Margarida (2000): «Museos: ¿educación o diversión?», *Revista de Museología*, 1, Madrid, pp. 18-25.

MARTÍ, Javier (2005): «El Museu d'Història de València: nuevos formatos para la didáctica de la historia», *Marq. Arqueología y museos*, 00, Alicante, pp. 57-74.

MINTZ, Ann y THOMAS, Selma (Eds.) (1998): *The Virtual and the Real: Media in the Museum*, Washington: American Association of Museums.

MORENO, Isidro (2002): *Musas y nuevas tecnologías: el relato hipertextual*, Barcelona: Paidós.

SOSPEDRA, Rafel (2004): «La nueva museografía audiovisual», *Íber. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia*, 39, Barcelona, pp. 45-54.