

Introducción a la museología sensorial como herramienta de inclusión social

Carme Comas Camacho¹

Recibido: 30 de agosto de 2019 / Aceptado: 9 de septiembre de 2019 / Publicado: 15 de octubre de 2019

Resumen. Los museos han cambiado su centro de interés, del objeto expuesto fríamente, a tener como objetivo principal llegar a todos los públicos. El visitante se entiende como destinatario, como usuario, como eje vertebrador que debe dar sentido a las propuestas, y el museo empieza a entenderse como un espacio abierto, de socialización, de educación e incluso, de ocio. Los Museos de Esplugues han dado un giro en los últimos años para adaptarse a las nuevas exigencias del contexto actual de museos. A través de su programa de accesibilidad, se intenta situar a los museos en el camino de la museología social, de la que surgen diferentes ramas o líneas de investigación completarias: museología inclusiva, museología participativa, museología crítica, entre otras. A partir de 2015, nos iniciamos en una nueva disciplina, la museología sensorial, que nos lleva a afirmar que las actividades sensoriales tienen un gran recorrido como herramientas de inclusión social.

Palabras clave: Museología social; museología sensorial; accesibilidad universal; inclusión social.

[en] Sensory Museology as a Tool for Social Inclusion

Abstract. Museums have changed their main focus of interest, from the object coldly displayed, aiming to reach all variety of audience. The visitor is understood as the addressee, the user and the backbone who must embrace the proposals, while the museum begins to be understood as an open space to socialize, educate, and even for leisure. In recent years, Esplugues Museums have shifted towards an adaptation to the new requirements of museums current context. Through their accessibility program, it has been attempted to place museums on the path of social museology, where have emerged different complementary research branches and lines, such as inclusive, participatory or critical museology, among others. Since 2015, we have established a new discipline, the sensorial museology, leading us to confirm that sensorial activities have a promising approach as a tool for social inclusion.

Keywords: Social Museology; Sensory Museology; Universal Accessibility; Social Inclusion.

Sumario. 1. Introducción. Los Museos de Esplugues de Llobregat. 2. El marco conceptual: museos del siglo XXI. 3. La museología sensorial, una nueva disciplina. 4. El diseño de actividades sensoriales inclusivas. 5. Conclusión. 6. Fuentes y referencias bibliográficas.

Cómo citar: Comas Camacho, Carme. “Introducción a la museología sensorial como herramienta de inclusión social”. En *Museo. Imagen. Sentidos*, editado por Ángel Pazos-López y Alejandra Alonso Tak, *Eikón Imago* 14 (2019): 89-106.

¹ Museos de Esplugues de Llobregat, Barcelona.
Correo electrónico: ccomas@esplugues.cat
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5765-1651>

1. Introducción. Los Museos de Esplugues de Llobregat

Esplugues de Llobregat presenta una economía basada, principalmente, en el sector servicios. Es un municipio de 46.146 habitantes, con una extensión de 4,6 Km². La ciudad se encuentra en una situación geográfica privilegiada, limítrofe con la ciudad de Barcelona y en el cruce de importantes vías de comunicación.

En el último estudio realizado para diagnosticar la situación actual de la ciudad, recogido en el *Plan Estratégico Esplugues 2025*, destacan dos problemáticas importantes: la cohesión social y la falta de una identidad compartida².

La orografía del municipio y el cruce de grandes vías de comunicación lo fragmentan en 12 barrios desconectados entre sí. Y la falta de una identidad compartida como ciudad supone una pérdida de sentimiento de pertenencia, que desde el departamento de Patrimonio Cultural se intenta paliar.

En este punto, entre mediados del siglo XIX y principios del XX, Esplugues de Llobregat destacó por tener una tradición ceramista importante, vinculada a la cerámica aplicada a la arquitectura. Es una tradición y una identidad hoy en día perdida y olvidada que se intenta recuperar a través de la difusión del eslogan de *Esplugues, ciudad ceramista*. Este concepto engloba la dinamización de diferentes recursos patrimoniales gestionados desde los Museos municipales, vinculados a la producción de cerámica.

El departamento de Patrimonio Cultural gestiona, entre otras cosas, los Museos de Esplugues de Llobregat, formados por dos equipamientos. Por un lado, encontramos el Museo Can Tinturé, que es el que puede decirse que funciona a pleno rendimiento. Se trata de un museo monográfico que expone una de las colecciones de azulejo seriado catalán más importantes que se conservan y que engloba piezas des del siglo XIV al XX. Se inaugura en 2003 en un edificio histórico emblemático con el objetivo de generar un recorrido estético y cronológico que sitúa al azulejo como obra de arte.

Por otro lado, en situación provisional desde su apertura pública en 2002, tenemos el recinto de la antigua Fábrica de Cerámica Pujol y Bausis, hoy reconvertida en Museo de Cerámica *La Rajoleta*. Fue una de las empresas más importantes de producción de cerámica arquitectónica durante el periodo modernista en Cataluña, colaborando con los grandes arquitectos del momento: Antoni Gaudí, Lluís Domènech y Montaner, o Josep Puig y Cadafalch, entre muchos otros.

La Rajoleta, es la joya en bruto con más potencial patrimonial y turístico de Esplugues de Llobregat. A nivel patrimonial, no hay otro lugar donde se conserven tantas tipologías de hornos cerámicos diferentes que, además, permiten trazar la evolución de la industrialización en la producción de cerámica arquitectónica entre los siglos XIX y XX. A nivel turístico, su vinculación con las redes de promoción del modernismo y su cercanía a Barcelona la sitúa como un recurso con gran atractivo.

² Presentado por el Ayuntamiento de Esplugues en 2017, marca las líneas estratégicas a trabajar en los próximos años, aunque no incorpora un rol específico al servicio de patrimonio cultural ni a los museos.

En 2008, nace el Programa de accesibilidad e inclusión social de los Museos de Esplugues de Llobregat, y se inicia un nuevo rumbo que ya desde su inicio se plantea como un proyecto a largo plazo. El objetivo del programa es plantear la accesibilidad universal como eje vertebrador en la política del museo, incorporándolo a través de una metodología integral que abarca todos los ámbitos de una manera global: el recorrido físico, los contenidos, los recursos museográficos, el diseño de las actividades, las exposiciones temporales, la difusión, la formación del personal etc.³

Después de diez años desarrollando propuestas y proyectos, en los Museos de Esplugues de Llobregat se intenta trabajar hacia un museo social, didáctico y sensorial, con la accesibilidad universal como eje central. Social, porque quiere generar una comunidad de personas con las que trabajar desde la participación. Didáctico, porque los museos son espacios de aprendizaje y Sensorial, porque ante la sobreoferta cultural, la innovación es obligatoria.

En un mundo en continuo cambio, en el que el exceso de estímulos y la multiplicidad de mensajes es nuestro pan de cada día, los museos tendemos a programar una oferta de actividades muy miméticas. La visita guiada tradicional, de discurso unidireccional, básicamente visual y auditivo, está dejando de tener sentido como producto principal, aunque siga teniendo su público. En los últimos años, ya se convierte en habitual ver en las programaciones de museos las visitas teatralizadas, los conciertos, los talleres familiares, los cumpleaños en el museo etc., y recientemente, se está empezando a incorporar los *scape room* con el objetivo de intentar captar al público joven. Y ante la necesidad de innovar y diferenciarnos dentro de nuestro ámbito de actuación, en 2015 empezamos a especializarnos en generar actividades sensoriales, que es lo que nos gustaría compartir en este escrito.

El objetivo concreto del escrito es presentar una aproximación teórica a la museología sensorial, como disciplina, relacionándola con el diseño de experiencias sensoriales. Se trata de una nueva tipología de actividades, que presentan un gran potencial como herramientas de inclusión social. La idea es presentar una línea de investigación nueva, que surge a partir del trabajo de campo, aún muy embrionaria y que se encuentra en proceso de desarrollo.

El discurso se estructura en tres bloques. En un primer punto se habla del contexto actual de los museos, del marco conceptual en el que nos situamos para reforzar la importancia de la experiencia sensorial. El siguiente punto nos introduce en una nueva disciplina, poco estudiada pero que presenta un gran recorrido en el futuro, la museología sensorial. Se trata de exponer una primera aproximación al tema. Por último, se explica el proceso de diseño de experiencias sensoriales partiendo de los principios del marketing sensorial, las teorías de inteligencias múltiples de Howard Garner y el concepto de aprendizaje significativo de David Ausbel, que nos lleva a concluir con la defensa de la museología sensorial como herramienta de inclusión social. Se trata de la teoría que acompaña a la experiencia

³ La propuesta de accesibilidad de los Museos de Esplugues de Llobregat puede consultarse en la publicación: Iñaki Arrieta Urtizbera, *Reinventando los museos* (Bilbao: Universidad del País Vasco, 2013): 169-184.

práctica, al estudio de campo que desarrollamos desde el Programa de Accesibilidad de los Museos de Esplugues de Llobregat.

2. El marco conceptual: museos del siglo XXI

En los últimos cincuenta años, ha destacado el desarrollo de la llamada '*Nueva Museología*', una corriente que busca la democratización de los valores y de los productos culturales. Los museos han cambiado su centro de interés, del objeto expuesto fríamente, a tener como objetivo principal llegar a todos los públicos. El visitante se entiende como destinatario, como usuario, como eje vertebrador que debe dar sentido a las propuestas, y el museo empieza a entenderse como un espacio abierto, de socialización, de educación e incluso, de ocio.

Este nuevo contexto va acompañado de la evolución conceptual sobre la definición de museo en la actualidad. Según los Estatutos del Consejo Internacional de Museos (ICOM), aprobados por la 22ª Asamblea General en Viena (Austria) el 24 de agosto de 2007⁴:

“Un museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo”.

Esta definición que no acaba de encajar en el nuevo rol asociado a los museos se encuentra en un momento de cambio y está previsto que, en la próxima Asamblea, que se celebrará en Kioto (Japón) en septiembre de 2019, se cambie. El objetivo de este cambio debe servir para adaptarla a la nueva realidad que enfatiza la función social del museo. El nuevo texto que se ha hecho público y que deberá, o no, ser aprobado, dice lo siguiente:

“Los museos son espacios democratizadores, inclusivos y polifónicos para el diálogo crítico sobre los pasados y los futuros. Reconociendo y abordando los conflictos y desafíos del presente, custodian artefactos y especímenes para la sociedad, salvaguardan memorias diversas para las generaciones futuras, y garantizan la igualdad de derechos y la igualdad de acceso al patrimonio para todos los pueblos. Los museos no tienen ánimo de lucro. Son participativos y transparentes, y trabajan en colaboración activa con y para diversas comunidades a fin de coleccionar, preservar, investigar, interpretar, exponer, y ampliar las comprensiones del mundo, con el propósito de contribuir a la dignidad humana y a la justicia social, a la igualdad mundial y al bienestar planetario”.

Esta nueva definición ha generado una cierta controversia dentro del sector profesional de museos, que incluso ha llegado a la prensa general no especializada. El pasado 20 de agosto de 2019, el periodista Peio H. Riaño en *El País*, explica

⁴ Modificados y adoptados por la asamblea general extraordinaria, el 9 de junio de 2017 en París.

bajo el titular '*Problemas para definir el museo del futuro*' que una parte de la organización no está de acuerdo con el texto final porque no refleja ni expresa adecuadamente las complejidades del siglo XXI, así como las responsabilidades y compromisos actuales de los museos, ni sus desafíos y visiones para el futuro. Algunos comités han firmado una carta conjunta para intentar posponer la aprobación del texto en Kioto. Así que nos encontramos en un momento de reflexión corporativa, ya que el Comité Internacional de Museos es el referente a nivel mundial.

En todo caso, de la nueva redacción destacaríamos la introducción de la función del museo como espacio de inclusión social con la participación de la comunidad. Se introduce la idea de la museología social y participativa que se defiende también en otro documento internacional que habla de las funciones de los museos y que bien podría compararse con el propuesto por ICOM, ya que presenta una redacción menos ambigua.

Se trata de la Recomendación a los Estados Miembros, adoptada formalmente por la 38ª reunión de la Conferencia General de la UNESCO en 2015, sobre Promoción y protección de los Museos y las colecciones. Los párrafos 15 y 16 hacen referencia precisamente al nuevo rol social que comentábamos. Transcribimos literalmente:

“Los museos son espacios públicos vitales que deberían estar dirigidos a toda la sociedad y, en consecuencia, pueden ejercer un papel importante en la creación de vínculos y la cohesión de la sociedad, la construcción de ciudadanía y la reflexión sobre las identidades colectivas.

Los museos son lugares que deberían estar abiertos a todo el mundo y han de garantizar el acceso físico y cultural de todas las personas, incluyendo a los grupos desfavorecidos. Pueden ser espacios de reflexión y debate sobre cuestiones históricas, sociales, culturales o científicas. Además, han de promover el respeto a los derechos humanos y la igualdad de género. Los estados han de incentivar a los museos a cumplir estas funciones”.

Si sumamos ambas reflexiones los museos en el contexto actual presentan múltiples funciones y exigencias. Por un lado, adquieren, conservan, exponen, educan y divierten, pero, además, pueden contribuir a cohesionar la sociedad, construir ciudadanía, pueden ayudar a la inclusión social, convertirse en espacios de reflexión y crítica, e incluso promover valores. Un nuevo camino al que los museos deben unirse si no quieren acabar en un carril sin salida.

A nivel estatal, el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte considera importante el profundizar en la dimensión social de sus museos, ordenando, potenciando y creando nuevas líneas de actuación, mediante la puesta en marcha del *Plan Museos+ Sociales*. Es un proyecto de la Secretaría de Estado de Cultura con el objetivo de que los museos nacionales⁵ se involucren aún más activamente

⁵ Los museos en los que se aplica el plan son los museos estatales gestionado directamente por la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales, y de Archivos y Bibliotecas, así como el resto de los museos vinculados a la Secretaría de Estado de Cultura.

en dar respuesta a los cambios sociales, económicos y culturales y sean instituciones para el disfrute, el aprendizaje y la convivencia, accesibles y comprometidas con la cohesión social, la interculturalidad y la integración. Este plan orienta a los museos estatales a seguir este camino.

Y, a nivel autonómico, en nuestro caso, la Generalitat de Catalunya, a través de su Servicio de Museos, ha redactado y a desplegar de manera parcial el Plan de Museos 2030⁶, en el que destaca el compromiso de accesibilidad universal e impacto social de los museos en los próximos años.

En conclusión, como vemos, los museos del siglo XXI se sitúan en el paraguas de la museología social. Bajo dicho paraguas teórico hablamos de participación, de inclusión social, de generar experiencias en los visitantes, de plantear una mirada crítica, de trabajar con la comunidad y de desarrollar aprendizajes significativos.

3. La Museología sensorial, una nueva disciplina

Los Museos de Esplugues han dado un giro en los últimos años para adaptarse a las nuevas exigencias del contexto actual de museos. A través de su programa de accesibilidad, cómo se comentaba en la introducción, se intenta situar a los museos en el camino de la museología social, de la que surgen diferentes ramas o líneas de investigación completarias: museología inclusiva, museología participativa, museología crítica, etc. A partir de 2015, nos iniciamos en una nueva disciplina, la museología sensorial, que hemos aplicado en diferentes experiencias prácticas.

La museología sensorial es un campo reciente y es difícil encontrar publicaciones específicas al respecto. Dentro de la recopilación bibliográfica, destacan las investigaciones de David Howes, profesor de antropología de la *Concordia University* (Montreal) y codirector, entre otras cosas, del *Center for Sensory Studies*, es un centro de investigación formado por un equipo interdisciplinario fundado en 2011 y liderado por la Facultad de Artes y Ciencias. Se trata de una plataforma que colabora en red para profundizar sobre la historia de los sentidos y su impacto en la vida social, la práctica de la percepción, la estética multisensorial, el marketing sensorial y el desarrollo de nuevas tecnologías que permitan expandir el campo sensorial de maneras innovadoras⁷.

En palabras de propio Howes, los estudios sensoriales implican un enfoque cultural del estudio de los sentidos y un enfoque sensorial del estudio de la cultura.⁸ Desafía el monopolio que la disciplina de la psicología ha ejercido durante mucho tiempo sobre el estudio de los sentidos y la percepción sensorial al poner en primer plano la sociabilidad de la sensación. La historia y la antropología son las

⁶ En este caso, se aplica a los museos reconocidos en el Registro de Museos de la Generalitat de Cataluña, no incorpora las colecciones abiertas al público que se encuentren fuera del registro.

⁷ De esta manera se define el propio grupo de investigación en su página web en la que pueden consultarse algunas publicaciones sobre los diferentes estudios del grupo. Centre For Sensory Studies, consultado el 15 de mayo de 2019, <http://centreforsensorystudies.org/>

⁸ Esta argumentación puede encontrarse en diferentes escritos de autor, por ejemplo, en el artículo: David Howes, "El creciente campo de los Estudios Sensoriales", *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad* 6, no. 15 (2017): 10-26.

disciplinas fundamentales de este campo. Sin embargo, los estudios sensoriales también abarcan muchas otras disciplinas, ya que académicos de todas las humanidades y ciencias sociales han enfocado su atención en el *sensorium* en las últimas décadas.

En el caso de la museología, David Howes publica *Introduction to Sensory Museology*⁹ en 2014, el único escrito localizado hasta el momento que hable en concreto de museología sensorial de una manera literal y en más profundidad. A través de sus escritos podemos decir que la museología sensorial es la disciplina que estudia el papel de los sentidos dentro de la práctica museística.

En nuestro estudio ampliamos la definición y entendemos la museología sensorial como el campo que analiza cómo se transmiten los contenidos de los museos utilizando el potencial de todos los sentidos, con el objetivo de generar una experiencia de aprendizaje significativo en el visitante.

Los sentidos no tienen solo una naturaleza biológica, también tienen un componente cultural que evoluciona en el tiempo. La percepción de la realidad se encuentra afectada por las prácticas e ideologías culturales del momento en el que se vive. Esta dimensión social de la percepción refuerza la idea de que los sentidos están sujetos al cambio en el tiempo, y, por lo tanto, al estudio histórico. Igual que las normas sociales cambian la manera de vestirse, o de comer, también influyen en cómo tocan o huelen las personas.

La cultura da forma a los sentidos de muchas maneras. El número mismo de los sentidos está dictado en cierta medida por la costumbre. Si bien los sentidos generalmente se cuentan como cinco: vista, oído, olfato, gusto y tacto, su número ha aumentado o disminuido en diferentes momentos de la historia.

Además de ser enumerados, los sentidos también se clasifican según las tradiciones y valores culturales. Tal clasificación desempeña un papel básico para determinar qué impresiones sensoriales serán consideradas más importantes por una sociedad y cuáles serán filtradas o ignoradas. En Occidente, la vista se ha considerado habitualmente el más importante de los sentidos, seguido del oído, el olfato, el gusto y el tacto. Esto ha significado que las prácticas e información visuales y auditivas generalmente se han considerado de mucho mayor valor que las derivadas de los llamados sentidos inferiores del olfato, el gusto y el tacto.

La construcción cultural de los sentidos afecta no solo en cómo las personas perciben el mundo físico sino también cómo se relacionan entre sí. La visión clásica de un museo lo asocia al ‘no tocar’, ‘no hablar’, ‘no correr’, ‘no acercarse’, ‘contemplación pura’ otorgando a la vista el máximo protagonismo posible. Los objetos para contemplar se envuelven en un halo de intocables dentro de vitrinas herméticamente cerradas y alejadas de las manos de los visitantes. Pero, los museos no siempre han sido así.

Si repasamos la historia de los sentidos en los museos, en el siglo XVII y XVIII, el tacto tenía un papel muy importante, pero seguía supeditado a la vista. El uso del tacto como medio de aprendizaje fue fundamental para las nociones

⁹ Este artículo aparece en la revista *The Senses and Society*, básica como plataforma de difusión de las investigaciones llevadas a cabo por el equipo del Centro de Estudios Sensoriales.

contemporáneas de la investigación científica, así como en la vida cotidiana. Se consideraba esencial manipular un objeto para poder comprenderlo en su totalidad. También hay que tener en cuenta que en aquel momento las personas que accedían a un museo eran pocas y se restringía a colectivos minoritarios¹⁰.

A mediados del siglo XIX, se inicia un proceso de creación de grandes museos públicos y el acceso a las colecciones se permite a capas más amplias de la sociedad. En ese momento, ya se entendía que los objetos se contemplaban, no se tocaban. Este cambio no es sólo por una cuestión de protección y seguridad de las colecciones, que también, sino porque en ese momento el valor cultural de los sentidos ha cambiado. La degradación del tacto va acompañada de la defensa de la idea aceptada en ese momento de que la apreciación estética solo podía producirse a través de la contemplación, de la vista. El privilegio de tocar los objetos solo lo tenían los conservadores/as, aquellos autorizados y con formación para hacerlo.

El visitante pasa de manipulador a contemplador, hasta que ya en el siglo XX empiezan a aparecer los museos orientados a niños, los eco museos o los museos de ciencia en los que esta tendencia cambia. Hay que tener en cuenta que, aunque se abre el camino hacia el museo táctil, rara vez, se trata de piezas originales en este tipo de museos.

No será hasta finales del siglo XX que los museos empiezan a plantearse la idea de la interactividad y la introducción de las nuevas tecnologías, como herramientas para acercarse al público contemporáneo. El museo se entiende como un entorno de aprendizaje, de experimentación. Una tendencia acompañada muchas veces por los esfuerzos de las organizaciones por facilitar el acceso al museo a personas con discapacidad, sobre todo visual, los grandes olvidados que sin el uso del tacto están totalmente marginados del disfrute museístico.

Y el punto final de este repaso muy rápido por la historia de los sentidos en los museos, llegaríamos al siglo XXI, que como analizábamos en el primer punto es el momento de la participación de la comunidad, de la accesibilidad física e intelectual, del museo como experiencia significativa de aprendizaje. Mayoritariamente, los museos, sobre todo de arte e historia, continúan priorizando la vista, acompañada muchas veces de dispositivos de información sonora y táctiles, pero los museos de ciencia y tecnología están marcando el camino hacia el museo como experiencia, el museo multisensorial que con el tiempo se verá, pero que podría marcar el paradigma de los museos del siglo XXI.

4. El diseño de experiencias sensoriales

La primera propuesta sensorial de los Museos de Esplugues de Llobregat nace con la idea de incorporar una nueva actividad a nuestra oferta accesible que se basa en el diálogo y la participación, en la que se trabaja con todos los sentidos, y con el

¹⁰ Como publicación destacada sobre el estudio de los sentidos dentro de la historia del arte a partir de la experiencia con las obras en los museos, destaca: Constance Classen, *The Museum of de sense. Experiencing Art & Collections* (London: Bloomsbury, 2017).

objetivo principal de diseñar una experiencia positiva en el visitante. Se trataba de disponer de una actividad comodín que pudiera adaptarse según las necesidades específicas de grupos con dificultades físicas, cognitivas o sensoriales.

Se trata de la actividad de *Feelings. Sintiendo a los azulejos*, que se ha convertida en la actividad sensorial estable del Museo Can Tinturé. La actividad ha sido testada con diferentes perfiles de grupos: personas con discapacidad sensorial y cognitiva, grupos de personas mayores, colectivos inmigrantes, y empezamos a pensar en que el formato tenía un gran potencial para todos los públicos como una herramienta de inclusión social, y empezamos a mezclar perfiles.

Hay que puntualizar que dentro del programa educativo de los Museos de Esplugues de Llobregat se parte de un largo bagaje en el diseño de actividades para todos los públicos. A nivel teórico, las actividades beben de dos teorías que marcan la tipología de propuestas: la teoría de las inteligencias múltiples de Howard Gardner y el concepto de aprendizaje significativo de David Ausubel.

Howard Gardner es un psicólogo, investigador y profesor de la Universidad de Harvard, conocido en el ámbito científico por sus investigaciones en el análisis de las capacidades cognitivas y por haber formulado la teoría de las inteligencias múltiples. Da a conocer su teoría en 1983 en el libro *Frames of Mind*. Básicamente, y simplificando sus escritos, plantea que las aprendemos a través de diferentes tipos de inteligencias, según la persona destacaran unas más que las otras. Su teoría rompe entre otras cosas con el modelo que encontramos en la educación tradicional basado en la clase magistral y el estudio memorístico, y explica los índices de fracaso escolar en muchos países que siguen con la misma estructura¹¹.

No entraremos en detalle en su teoría porque el objetivo es explicar que sus estudios marcan el diseño de nuestras actividades educativas, y que también se tienen en cuenta en el diseño de actividades sensoriales, ya que cada inteligencia presenta un desarrollo diferente de los sentidos básicos.

El diseño de actividades educativas en los Museos de Esplugues de Llobregat considerando estos estudios plantea propuestas que tienen en cuenta las diferentes maneras de aprender que tienen las personas. A las explicaciones tradicionales y la observación, se añaden materiales para tocar, momentos de participación y diálogo, diferentes puntos de parada, problemas a resolver y partes más creativas, con talleres relacionados.

La segunda teoría que marca nuestra metodología de diseño de actividades es más antigua. David Paul Ausubel nació en 1918, fue un psicólogo y pedagogo estadounidense de gran importancia dentro de la psicología constructivista. Su teoría sobre el aprendizaje significativo defiende un tipo de aprendizaje en que un estudiante asocia la información nueva con la que ya posee; reajustando y reconstruyendo ambas informaciones en este proceso. Es decir, la estructura de los

¹¹ En 1983, Gardner propuso 7 inteligencias múltiples que con el desarrollo de sus estudios ha ampliado a 9: inteligencia lingüística, inteligencia lógico-matemática, inteligencia viso espacial, inteligencia corporal cinestésica, inteligencia musical, inteligencia interpersonal, inteligencia intrapersonal, y más tarde añadió, inteligencia naturalista e inteligencia espiritual.

conocimientos previos condiciona los nuevos conocimientos y experiencias, y estos, a su vez, modifican y reestructuran aquellos.

Por tanto, dentro del diseño de las actividades educativas hacer aflorar los conocimientos previos de los participantes es básico. Por ello, dentro de la metodología, el diálogo y la participación son la guía para ir adaptando y construyendo la visita.

Bien, partiendo de esta base, nos iniciamos en las experiencias sensoriales. ¿Cómo lo hicimos? La primera fase fue documentarnos sobre diseño de experiencias, un concepto actualmente muy de moda en otros sectores más comerciales, y acabamos introduciéndonos en una disciplina con más de 25 años de trayectoria: el marketing de la experiencia o también conocido como marketing sensorial.

El marketing de la experiencia nace de las dificultades de diferenciación de productos y servicios, el reconocimiento de la importancia de las experiencias de los consumidores en el desarrollo de clientela fiel, y la necesidad de tener unas ventajas competitivas respecto a la competencia. Estamos rodeados de él, pero no somos conscientes.

Esta disciplina asociada a la venta y el consumo nos enseña herramientas para diseñar experiencias sensoriales que, en nuestro caso, se basan en el diseño de actividades con fines culturales y pedagógicos.

De este tema, hay una amplia bibliografía, pero aplicado a museos es más difícil encontrar estudios más específicos. En el diseño de la actividad nos ayudó mucho el artículo *Marketing de la experiencia: principales conceptos y características* del autor Marcelo Barrios.

4.1. La vista: la reina del museo

La vista es el sentido más utilizado en el marketing porque permite crear una atmósfera, un ambiente. Es el sentido que los conecta a todos. Los colores, la luz, los materiales, el diseño del espacio, todo está estudiado para generar unas sensaciones y un impacto concreto.

Los museos son mayoritariamente visuales. En nuestro caso, el Museo Can Tinturé presenta un diseño espacial y museográfico que prima generar una experiencia estética. Se exponen los azulejos de una manera harmónica que persigue destacar y valorar su belleza artística. Esta característica del museo se potencia durante la actividad.

A la hora de diseñar una experiencia sensorial en un museo, por tanto, hay que prestar atención al espacio como escenario de contemplación (fig. 1), no sólo velar por la manera en la que exponemos las piezas, objetos o materiales, si no en el impacto visual o la sensación que queremos generar en el visitante. En nuestro caso, en la actividad de *Feelings* en concreto, la intención es dejarse envolver por la estética del espacio: ambiente luminoso, limpio, los materiales colocados de manera ordenada sin romper las perspectivas más nítidas de las salas.



Figura 1: Imagen interior de las salas del Museo Can Tinturé. Fuente: © Archivo Fotográfico de los Museos de Esplugues de Llobregat.

4.2. El tacto: la gran incorporación

La importancia creciente que se le da al tacto dentro de los museos es evidente en el aumento de la bibliografía al respecto. De hecho, algunos estudios defienden que debería ser un hecho habitual, y como comentábamos, volver a los primeros museos del siglo XVII y XVIII.

La actividad incorpora diferentes experimentaciones con materiales táctiles: la materia prima de la cerámica (agua, arena, barro), herramientas de producción y pintado de los azulejos (moldes, trepas, estarcidos), y piezas originales de diferentes épocas des del siglo XIV al XX. El hecho de poder tocar los originales proporciona mucha información: el peso, la textura, la temperatura o la forma. Para una persona con discapacidad visual o invidente es básico para entender la pieza, pero para cualquier persona es una grata oportunidad para conectar de una manera ancestral con nuestros antepasados, aquellos que hicieron y utilizaron aquellos objetos.

Dentro del sector de conservadores y restauradores hay muchas reticencias con la práctica de dejar tocar originales por cuestiones de seguridad y mantenimiento de las piezas. En todo caso, la mayoría de los museos presentan muchos más ejemplares en los almacenes que expuestos al público. Se trata conocer la colección en profundidad y valorar aquellas piezas viables que nos ayuden a explicar mejor los contenidos seleccionados. Nosotros tenemos una ventaja, la cerámica es un material, que, aunque es frágil si se cae, no es tan sensible a las condiciones de conservación preventiva como puede pasar en museos de pintura, tejido etc.

Pero hay que tener en cuenta, que no todos los materiales se tocan con la misma intención ni de la misma manera, al igual que con la vista, según la sensación o reacción que queramos generar, así se planteará la experiencia táctil (fig. 2).

Por ejemplo, no es lo mismo colocar las piezas en una mesa y que la persona las coja, que las piezas estén dentro de una peana expuesta y sea el educador/ra la que se la entregue, que las piezas se toquen con guantes o sin ellos, con los ojos cerrados o abiertos, o que se cubran con un pañuelo o se guarden en una caja para que los visitantes la descubran. La reacción que se genera es totalmente diferente, según la intención que tengamos.



Figura 2: Personas realizando la experimentación táctil en la actividad organizada la Noche de los Museos de 2018. Fuente: © Archivo Fotográfico de los Museos de Esplugues de Llobregat

4.3. El oído: el más profundo

Según el marketing auditivo, asociar la música con un mensaje es una buena manera del consumidor recuerde la marca, pero también destaca, el impacto que tiene la música ambiente en el comportamiento del consumidor, fíjense cuando

estén haciendo cola en alguna tienda de ropa de grandes marcas. Durante las rebajas se sube el volumen y se opta música más movida para agilizar el proceso de compra, por ejemplo.

El poder del sonido es su capacidad para contextualizar los diferentes elementos y su utilidad como refuerzo para generar estados de ánimo. El sonido y la música siempre han estado ligados al ser humano y, por tanto, ligados a las emociones. Ya nuestros primeros antepasados empleaban los sonidos y la música como herramienta de supervivencia y de comunicación; crearon asociaciones que les permitían predecir situaciones de peligro y con las que desarrollaron habilidades sociales comunicándose con un lenguaje común. De hecho, y según explicó Darwin en *El origen de las especies*, los sonidos musicales pudieron haber sentado una de las bases para el desarrollo del lenguaje y a la vista está que el ritmo y la cadencia de la oratoria tienen rasgos musicales.

Nuestra relación con la música llega hasta tal punto, que ésta es capaz de alterar nuestro estado emocional. Nuestro cerebro ha ido evolucionando y a lo largo del proceso ha ido incluyendo a los sonidos como pieza fundamental con la que crear patrones junto a las emociones y así, decodificar nuestro entorno.

Las emociones son las encargadas de convertir los sonidos que percibimos en algo comprensible. Sin ser conscientes asociamos los sonidos que apreciamos, por sutiles que puedan ser, con las emociones. Esta asociación sonido-emoción hace que entendamos las situaciones en las que estamos, permitiéndonos reaccionar acorde al contexto. Por ejemplo, podemos detectar la alegría o la tristeza en una persona solo con el sonido de su voz. Es decir, asociamos la tristeza a un tono de voz más bajo y grave de lo normal y lo opuesto con la alegría. Ocurre lo mismo con la música.

Diferentes estudios¹² demuestran que la música tiene la capacidad de cambiar estados de ánimo activando cada una de las estructuras emocionales del cerebro. Se han llevado a cabo experimentos en los que se ha modulado la actividad en prácticamente cualquier estructura emocional del cerebro gracias a las emociones estimuladas por la música. La música es capaz de despertar el núcleo de las estructuras cerebrales creadoras de nuestro universo emocional.

En nuestro caso, dentro del diseño de experiencias sensoriales en el museo, utilizamos sonidos y música, con ambas intenciones, contextualizar el momento histórico, imaginar un espacio, o generar estados de ánimo, básicamente calma. Igual que en el tacto, la experimentación auditiva produce sensaciones muy distintas si se realiza con los ojos abiertos o cerrados.

En la actividad *Feelings* se incorporan diferentes experimentaciones auditivas. Una de ellas nos introduce a la cerámica aplicada a la arquitectura barroca a través de *La primavera* de Antonio Vivaldi, que empieza a sonar al entrar a la sala, mientras se contempla en cambio estético de aquel momento. Se elige una música

¹² En el artículo, *Influencia de la música en las emociones*, la profesora Ileana Mosquera realiza una revisión sobre diferentes estudios sobre el tema. Pueden consultarse en *Realitas: Revista de Ciencias Sociales, Humanas y Artes* 1, no. 2 (2013): 34-38.

muy conocida expresamente para que sean los propios visitantes lo que la identifiquen y la reconozcan para contextualizar la época.

Otro ejemplo asociado a los estados de ánimo se realiza con los ojos cerrados, en la sala más luminosa y bella del museo. Es la única que no tiene cortina, y que deja ver la vegetación del parque posterior. En silencio se entra a la sala escuchando un sonido ambiental de espacio natural, como de un bosque con pájaros y agua, mientras se percibe un aroma floral. Es un momento de calma, de relax, que prepara a la persona antes de abrir los ojos y percibir la estática y belleza del espacio y de las piezas expuestas.

4.4. El olfato: el gran olvidado

Las investigaciones demuestran que las personas tienen la capacidad de reconocer los olores a los que han sido expuestos anteriormente y que persisten mucho tiempo después de la exposición. Morris M. y Ratneshwar S., dos teóricos del marketing olfativo han demostrado que los olores de los ambientes aumentan el recuerdo y el reconocimiento de las marcas vistas.

Por otro lado, al igual que el sonido, el aroma contribuye también a generar emociones ya que conecta rápidamente con las vivencias y recuerdos de las personas. La aromaterapia nos da mucha información sobre el uso de los olores en los estados de ánimo.



Figura 3: Personas realizando una experimentación olfativa y sonora con antifaz en la actividad organizada la Noche de los Museos de 2018. Fuente: © Archivo Fotográfico de los Museos de Esplugues de Llobregat.

En *Feelings*, se utiliza el aroma de lirio para introducir al visitante en un espacio natural, y a la vez contribuir a la sensación de tranquilidad que se pretende en ese momento. Una de las curiosidades que nos hemos ido encontrando es que muchos de los materiales que proponemos tocar, incluso algunas piezas, también tienen olor, y los hemos ido incorporando a la experimentación táctil como complemento. Por ejemplo, el barro, los pigmentos, las trepas enceradas que se utilizan para pintar azulejos etc.

4.5. El gusto: la visita inesperada

Según los escritos consultados sobre marketing gustativo, es uno de los sentidos más complejos para trabajar con él, porque el gusto es una combinación de los 5 sentidos, y, por tanto, es muy susceptible a las influencias externas.

Dentro de las actividades sensoriales, la experiencia gustativa se reserva para el final y siempre con una base de contenido. En *Feelings*, se asocia a los plafones de repertorio de azulejos de frutas y verduras, que se encuentran en la última sala del Museo Can Tinturé. Nos despedimos con una degustación de diferentes tipos de uva que vemos en los azulejos de la sala. Es un recurso sencillo y anecdótico, pero efectivo. El visitante sale de la experiencia con un buen gusto en la boca, refrescante, dulce y conocido, y se agradece como clausura.

4.6. Los acompañantes de los sentidos: diálogo, participación y juego

Dentro de la metodología del diseño de experiencias sensoriales en nuestros museos, el objetivo como decíamos es generar aprendizaje significativo, basado en el diálogo y la participación de los visitantes en relación con los educadores/ras de la actividad. También partimos de la idea de que las actividades tengan un componente lúdico, que se refuerza incorporando diferentes juegos. No solo los niños y niñas disfrutan del juego, los adultos también lo agradecen. En palabras de Francesco Tonucci: “Los aprendizajes más importantes de la vida se hacen jugando”.

Dentro del recorrido, se incorpora un espacio de juego de combinaciones, para explicar la riqueza decorativa del azulejo seriado. Se trata de aprender como un solo modelo de pieza es capaz de generar múltiples patrones decorativos. También se introduce según los grupos, un *Piccionary*. Se trata de adivinar una palabra a través del dibujo. Una vez conocida, se explica que da nombre a un modelo de azulejo que hay que localizar en la sala.

En el caso de ‘*Feelings*. Sintiendo los azulejos’, podemos afirmar que se consigue generar una experiencia significativa en los visitantes, una vivencia positiva, un buen recuerdo. Es la actividad sensorial que más recorrido tiene en nuestros, se ha destinado a diversos perfiles de públicos, y realmente puede considerarse un formato que ayuda a la inclusión social en grupos mixtos.



Figura 4: Detalle de las manos de una niña que ayuda a su abuela a realizar el juego de combinaciones de la actividad sensorial organizada durante la Semana de las Personas Mayores en 2017. Fuente: © Archivo Fotográfico de los Museos de Esplugues de Llobregat.

Después de esta primera experiencia en el diseño de experiencias sensoriales como actividad fija dentro de nuestra oferta, empezamos a diseñar propuestas asociadas a las exposiciones temporales. En 12 de abril de 2018 inauguramos la exposición *El Modernismo y las flores. De la naturaleza a la arquitectura*, que se encuentra en itinerancia por diferentes museos de la provincia Barcelona hasta 2021. Un proyecto de gran formato realizado en colaboración con la Diputación de Barcelona y el Museo de Arte de Cerdanyola del Vallés. Colaboramos como responsables de accesibilidad, y planteando la propuesta de actividades didácticas que acompaña a la exposición. El objetivo fue realizar una exposición didáctica, inclusiva y sensorial, y en gran parte, el resultado es muy satisfactorio.

A nivel museográfico, se juego con un diseño gráfico que busca dotar de belleza a los recursos y al mobiliario, se disponen diferentes mesas táctiles durante todo el recorrido, se acompaña de aromas, y de una audioguía con audio descripción, subtítulo y Lengua de Signos Catalana. Se trata de una primera prueba en el diseño de las exposiciones temporales también como experiencias sensoriales inclusivas para el público individual.

A nivel didáctico, se plantearon actividades para todos los públicos, entre ella una actividad sensorial para familias, que se hizo extensiva también para público general y grupos con dificultades físicas, cognitivas y sensoriales.

Por último, hay que destacar la actividad sensorial *Quinque sensibus*, una experiencia sensorial realizada en la exposición *‘La cerámica en tiempos de la Catedral del Mar’*. Se trata de una exposición de cerámica del siglo XIV, el tema central de la actividad sensorial se centra en la procedencia y uso de las piezas dentro de la cocina medieval. La primera en la que empezamos a introducir encuestas de evaluación para empezar a medir el grado de satisfacción de los usuarios.

Estos años de experiencia práctica nos han servido para introducirnos en un tema nuevo y probar el potencial que pueden tener las experiencias sensoriales como herramientas de inclusión social en los museos. Y como toda tesis, hay que argumentarla con datos, con teoría y con evaluación, y en eso estamos, con el objetivo de compartir el bagaje acumulado proponiendo una metodología de diseño de experiencias sensoriales en museos.

5. Conclusiones

Como conclusión podemos afirmar que la museología sensorial es un campo por explorar, una nueva disciplina pendiente de teorizar, de estudiar en profundidad desde la propia museología, recogiendo las aportaciones interdisciplinares que hemos visto de manera muy sumaria. La base de la psicopedagogía, la antropología, el marketing, y de disciplinas que pueden parecer muy alejadas de los museos, como la aromaterapia, pueden ayudar a establecer conceptos claros que permitan diseñar experiencias sensoriales a través de una metodología evaluable.

En este sentido, destacaríamos, la actividad realizada en 2016 durante el Día Internacional de las personas con discapacidad. Se programó esta actividad para todos los públicos y destacando en la difusión la accesibilidad para personas con discapacidad visual. El resultado fue realizar la actividad sensorial con un grupo de adultos y con personas de la ACIC. Asociación Catalana para la Integración de los Ciegos. Se incorporó el Braille dentro del material habitual y de una manera normalizada, y pudo evaluarse en 2 direcciones: la persona que realizaba la actividad como educador, y las personas participantes. Todos siguieron la actividad, todos participaron, y cada uno mostró sus habilidades y conocimientos, independientemente, de la funcionalidad de sus sentidos.

En la evaluación posterior, los diferentes perfiles de participantes nos dieron datos que refuerzan nuestra idea. Las personas invidentes describieron la actividad como divertida, interesante y original, y la recomendarían a sus amigos y familiares. Las personas que no conocían el museo, fue una grata sorpresa y destacaron que no habían conocido nunca a una persona ciega ni habían visto como se lee el Braille o cómo se interpreta una lámina en relieve. Admiraron la autonomía que vieron y les sirvió como concienciación sobre el trato con personas con discapacidad. Las personas que ya conocían el museo valoraron la actividad como una de las mejores en las que habían participado, destacaron que habían disfrutado y se habían divertido mucho.

La museología sensorial, estamos verificando a través de un sistema de evaluación y recogida de datos, que se presenta como una buena herramienta para combinar accesibilidad, inclusión y valor añadido a las propuestas. Las actividades sensoriales son herramientas de inclusión social, y un nuevo formato de ocio cultural. La incorporación de todos los sentidos en una visita para todos los públicos permite incorporar de manera inclusiva a personas con dificultades sensoriales, cognitivos o con problemas de aprendizaje dentro de la misma propuesta para todos los públicos.

6. Fuentes y referencias bibliográficas

- Afanador Menéndez, Paola. *Marketing Sensorial en Museos: El caso del Museo Nacional de Colombia a partir de la exposición El silencio de los ídolos*. Bogotá: Colegio de Estudios Superiores de Administración-CESA, 2014.
- Aguilar, Patricia, Daniela Ekdesman y Nayeli Zepeda. *Menú para visitar museos de una forma emotiva, lúdica, creativa y participativa*. México: Equipo Nodo Cultura, 2016.
- Barrios, Mateo. "Marketing de la Experiencia: principales conceptos y características". *Palermo Business Review* 7 (2012): 67-89.
- Classen, Constance. *The Museum of the Senses Experiencing Art & Collections*. Sensory London: Bloomsbury Academic, 2017.
- Domínguez Arranz, Almudena (2003): "La museología participativa. La función de los educadores de Museo". En *Actas de los XIII Cursos Monográficos sobre Patrimonio Histórico*, 2002, coord. José Manuel Iglesias Gil, 99-118. Santander: Universidad de Cantabria, 2002.
- Howes, David. "El creciente campo de los Estudios Sensoriales". *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad* 6, no. 15 (2014): 10-26.
- Howes, David. "Introduction to Sensory Museology". *The Senses and Society* 9, no. 3 (2015): 259-267.
- Kotler, Neil. "La experiencia museística. Cómo disfrutar de lo que ofrece el museo". *Revista de Museología* 18 (1999): 19-27.
- Lavado Pardinás, Pedro J. "La museología social: en y con todos los sentidos. Hacia la integración social en igualdad". *HER&MUS* 16 7, no. 1 (2015): 55-68.
- McCall, M y C. Gray. "Los museos y la 'nueva museología: teoría, práctica y cambio organizacional". *Museum Management and Curatorship* 29 (2013): 1-17.
- Mosquera Cabreara, Ileana. "Influencia de la música en las emociones". *Realitas: Revista de Ciencias Sociales, Humanas y Artes* 1, no. 2 (2013): 34-38.
- Pueo, Basilio y Manuel Sanchez Cid. "El museo abre sus puertas a la experiencia sensorial". *Telos Fundación Telefónica* 93 (2013): 88-100.
- Ruiz B., Macarena. "Reflexiones sobre los límites exactos/inexactos de la museología". *Contextos: Estudios de humanidades y ciencias sociales* 36 (2016): 145-165.
- V.V.A.A. "Los museos experienciales, una tendencia al alza", *MacGuffin Comunicación* (blog). <https://www.macguffin.es/blog/los-museos-experienciales-una-tendencia-al-alza>
- V.V.A.A. "Sensing art and artifacts: explorations in sensory museology". *The Senses and Society* 13, no. 3 (2018): 317-334.