

TRES FORMAS DE APLICAR LA NARRACIÓN DIGITAL EN LOS MUSEOS



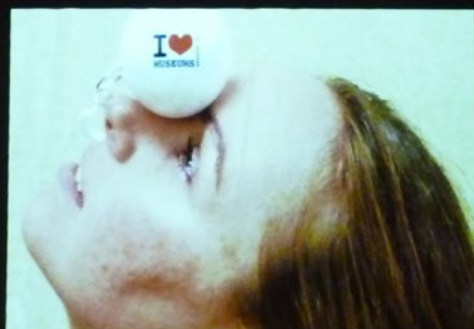
Patrizia Braga, gestora cultural, socia fundadora de Melting Pro, empresa cultural. Investiga metodologías innovadoras de desarrollo de competencias para los gestores culturales y cuestiones de ampliación de públicos. Ejerce de consultora en narración digital en museos, universidades, y organizaciones con y sin ánimo de lucro.

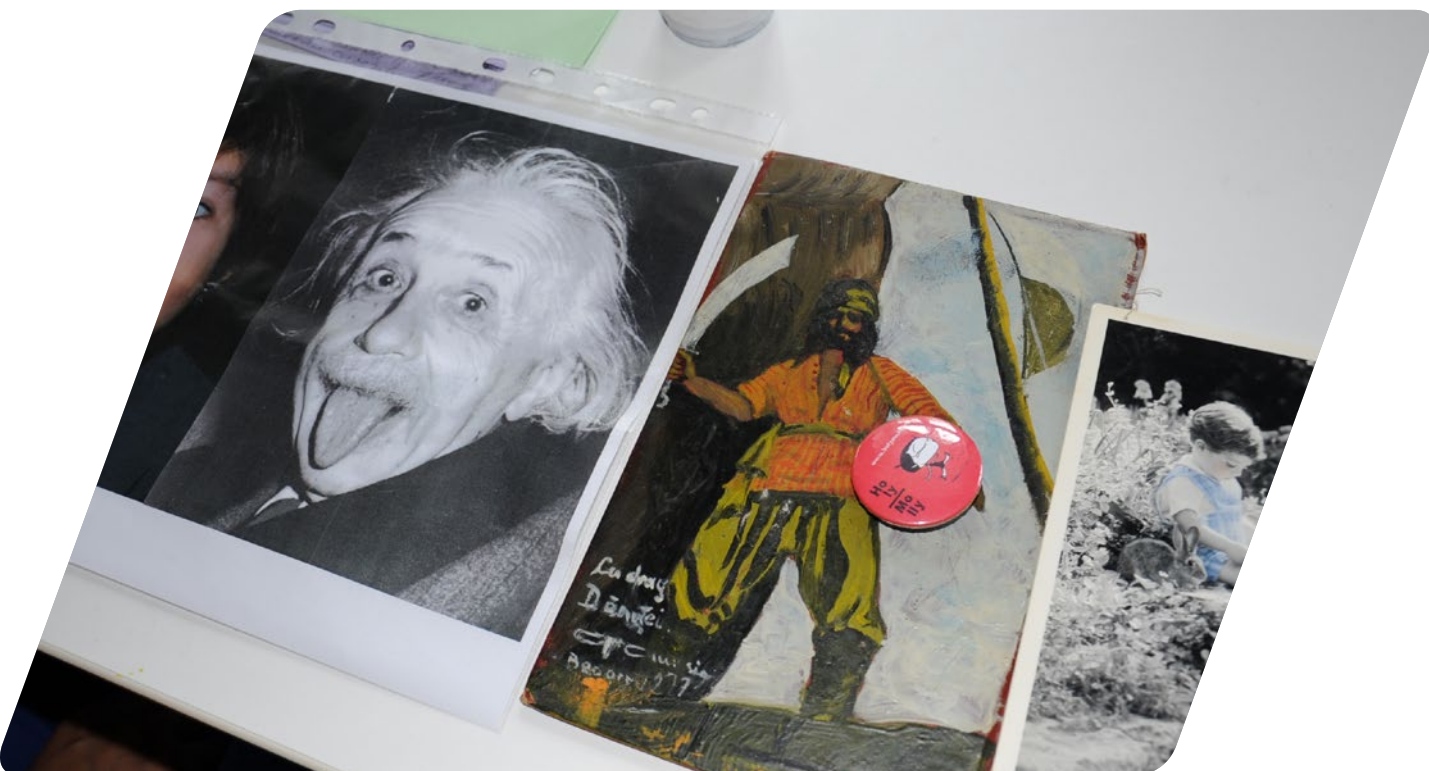
La narración digital es un proceso creativo que combina el arte de la narración con la tecnología para desarrollar una historia personal en formato digital. Se puede aprender en talleres intensivos con facilitadores que guíen el proceso y su objetivo es que el narrador sea capaz de desarrollar su propia historia digital de principio a fin. Desde la identificación del relato hasta la edición del soporte digital para la historia (video, podcast...).

Un ordenador con un software de edición de video y una grabadora se convierten en herramientas versátiles en manos de un narrador que las utiliza para expresarse y compartir su historia en estas sesiones. Cada fase del taller ayuda a desarrollar varias destrezas

técnicas y personales, y el papel del facilitador es el de acompañar al narrador durante todo el proceso.

Gracias a su potencial descriptivo y a su versatilidad, se utiliza en cualquier contexto educativo, social e incluso cultural, como veremos a





“Listening
is the core
technology”
Joe Lambert

continuación, para el caso de los museos, tanto desde la perspectiva del público como del propio personal de la organización.

Desde el punto de vista del desarrollo de audiencias, una de las tareas previas a la realización de este tipo de talleres será decidir qué tipo de público implicar para producir los relatos digitales, cómo implicarlo, con qué objetivos... y muy importante, qué hacer con estos relatos para cumplir mejor la misión de la organización cultural.

Pero como en toda metodología, el éxito o fracaso de los procesos dependerá directamente de qué se pretende buscar con ella: de qué premisas partimos, para qué y sobre quién queremos actuar.

Ámbitos de aplicación

Veamos tres posibles ámbitos de aplicación de la narración digital en un museo:

1. Evaluación e Investigación:

La narración digital puede aplicarse con mucho sentido para investigar y evaluar las actividades del museo y medir la experiencia cualitativa de la visita. Aporta una metodología que puede contribuir a otras ya existentes como los focus groups, entrevistas o encuestas de forma muy interesante.

Con unas sesiones de storytelling digital bien orientadas, los museos conocerán en primera persona los testimonios, opiniones y sugerencias de los usuarios, ordenadas y contadas por ellos mismos de manera visual, haciendo uso de las herramientas digitales a su disposición.

En el proyecto **DIAMOND**-Dialoguing Museums for a New Cultural Democracy¹, cuatro museos científicos europeos utilizaron la narración digital, dentro de un marco estratégico más amplio de evaluación de actividades, como herramienta para evaluar sus actividades didácticas desde un punto de vista cualitativo.



1. FINANCIADO
EN EL MARCO
DEL LIFELONG
LEARNING
PROGRAMME
DE LA UE

La aportación que supuso escuchar las experiencias del público de una forma personal y auténtica a través de la narración digital contribuyó de manera significativa a la estrategia de evaluación de actividades de varios de los museos participantes.

El análisis de los relatos digitales de los visitantes reveló el nivel de conocimiento, la curiosidad, la

construido gracias a esta. Los participantes acababan el taller con un producto digital creado por ellos que contaba su opinión y experiencia.

Pero la experiencia no terminaba en el relato. Algunos jóvenes aceptaban el papel de retransmitir las actividades que se llevaban a cabo en el museo a través de su propia narración digital, compartiendo la experiencia con sus respectivas comunidades de amigos y seguidores.

2. Implicación del público para la valorización del patrimonio:

La idea de que la implicación del visitante juegue un papel vital en los museos y organizaciones patrimoniales es extensamente aceptada: involucrar activamente al público es prioritario.

Desde la óptica de la implicación de audiencias, el uso del relato digital y de la narración en general puede ser una metodología muy útil para facilitar los recorridos y disfrutar de todo lo que ofrece el museo.

Cuando el **Wild Center** de Tupper Lake, NY, abrió sus puertas en 2006, ya era uno de los museos de ciencias más singulares de Estados Unidos. Situado en el corazón del parque natural más grande del país, la relación del Museo con la comunidad local y regional siempre había sido muy cercana, con un compromiso activo.

En un determinado momento, el Museo decidió ofrecer un programa educativo sobre la producción del azúcar de arce, típica de aquella zona. Pero lo hizo reuniendo a científicos y expertos, productores, comerciales y entusiastas para ayudar a la comunidad a reclamar la tradición del azúcar de arce.

motivación, la implicación personal, las emociones y los cambios en las representaciones mentales hacia el mundo animal. Para el análisis de los relatos digitales se profundizó en los textos, en el número y en la calidad de las imágenes y dibujos, así como en las palabras claves utilizadas en las conversaciones previas al desarrollo de las historias digitales.

Además, los narradores hacían referencias explícitas sobre cómo se había desarrollado el trabajo en equipo, hablando de su experiencia y de las relaciones que habían

// LO QUE MÁS ME GUSTÓ FUE
CONTÁRSELO A LOS DEMÁS A TRAVÉS
DE MI HISTORIA DIGITAL //

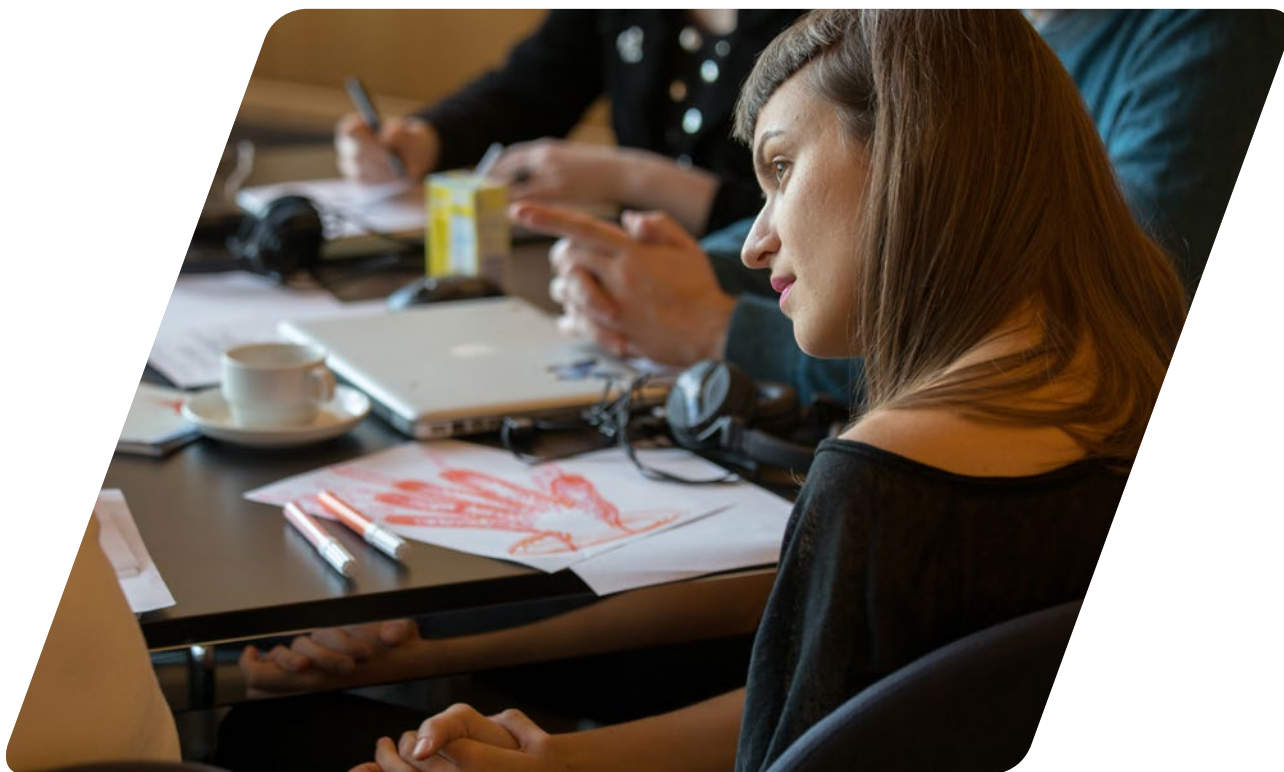


El Wild Center apostó por producir historias digitales personales para después compartirlas con la comunidad. Las historias² captaban la pasión que muchas personas tenían por este trabajo y cómo había afectado a su vida el paso por este proyecto. No se limitó a diseñar un programa educativo y ponerlo a disposición del público, sino que implicó desde el origen a la comunidad, promoviéndolo desde las propias narraciones personales de los individuos y los grupos involucrados.

¿Por qué un visitante de un museo estaría interesado en conocer las historias de otros visitantes? Porque los relatos nos inspiran. Gracias a nuestros recuerdos, entendemos y aprendemos en parte quienes somos. Nuestra memoria es nuestro mayor patrimonio, ¿aprenderemos también escuchando las historias de los demás?

Quizás el caso más paradigmático sobre cómo la narración digital puede inspirar a otros sea El **Museo da Pessoa** en Brasil. Este museo afirma que el valor de la diversidad cultural y la historia de cada persona son patrimonio de la humanidad. *“Nuestra misión principal es la de ser un museo abierto y colaborativo que transforma las historias de vida de cualquier persona en fuente de conocimiento, comprensión y conexión entre las personas”*.³

Este punto de partida es verdaderamente extraordinario y las historias contenidas en los relatos digitales que aparecen en los vídeos y podcasts del Museo son muy inspiradoras. Nos hace pensar en el papel de los museos como algo vivo, que transmite valores al servicio de las personas más allá de ser meros contenedores de objetos, valor cultural, histórico, artístico o patrimonial.



2. MAPLE VIDEOS



3. WWW.MUSEUDAPESSOA.NET

El proyecto **Culture Shock!**⁴ cuenta como algunos museos y archivos del noreste de Inglaterra se unieron para pensar conjuntamente cómo podrían contribuir a la identidad cultural de la ciudadanía y a la cohesión social de la región. Y cómo esto, además, es muy relevante para el propósito central de los museos.

Estas historias aumentaron la conciencia sobre la riqueza y la diversidad del patrimonio de la gente del noreste de Inglaterra y animó a otras personas a explorar, documentar y compartir su herencia. En este sentido, Culture Shock! ayudó a que las colecciones de los museos tuvieran un papel más relevantes para



Diseñaron un proyecto donde más de 550 personas crearon narraciones digitales donde mostraban sus propias experiencias de vida. Nuevas historias que se agregaron a las colecciones de los museos y galerías participantes en el proyecto, aportando testimonios contemporáneos y personales que ponían en valor la capacidad de los museos para difuminar las barreras entre culturas.

la vida de las personas que vivían en la región desde otra perspectiva.

3. Desarrollo de competencias del equipo de trabajo del museo:

En un museo, la narración digital también se puede utilizar como herramienta para desarrollar competencias creativas e interpersonales entre el equipo de trabajo contribuyendo a mejorar el clima laboral. ¿En qué medida puede ayudar el conocimiento del trabajo de otros compañeros al conjunto del equipo de un Museo?



4. CULTURESHOCK.ORG.UK



// EL FUTURO DE LOS MUSEOS ESTÁ DENTRO DE NUESTRAS CASAS //

Fragmento del Modesto manifiesto por los museos de Orhan Pamuk

Por ejemplo, se pueden recoger las historias personales de los comisarios e investigar sobre las responsabilidades, los compromisos internos y los valores que quieren transmitir a través de su trabajo, ¿por qué decidieron trabajar en el sector museístico? ¿cómo describirían su trabajo? ¿qué les motiva a seguir adelante?

Contar y compartir estas historias personales involucra a los participantes tanto desde un punto de vista cognitivo como emocional.⁵ Pensar desde la identidad personal también posibilita la comprensión de los otros. Ayuda a crear y consolidar identidades sociales y culturas compartidas.

En 2014 el Museo de Historia Natural de Los Ángeles abrió su exposición permanente. En la inauguración decidió organizar talleres entre el personal del museo para explorar en qué medida la narración de cuentos podría beneficiar el proceso de planificación y ejecución del proyecto. Se trataba de crear un sentimiento mayor de confianza entre el personal

involucrado, compartiendo los valores y las conexiones emocionales que tenían con la misión y el programa de la organización.

Los talleres de narración digital ayudaron al personal del museo a empezar un proceso de auto evaluación individual y colectivo que a menudo facilita la colaboración y las conexiones e intuiciones entre ellos.

Complementa a otras metodologías de trabajo porque plantea un nivel de comunicación auténtico desde las propias historias personales de las personas involucradas en los proyectos que puede generar transformaciones, nuevos conocimientos, cambios de perspectivas y de costumbres. Son los mismos trabajadores quienes pueden convertirse en catalizadores de un cambio, primero en su ambiente de trabajo, y luego en la comunidad que los rodea.

Posiblemente, una organización cultural -y en estos casos, un museo- que persigue desarrollar, diversificar e implicar a sus audiencias debería ser antes abierta y estar capacitada para generar cambios dentro de sí misma.

Por esto, es muy importante que los gestores culturales continúen proponiéndose retos de aprendizaje individuales y colectivos a lo largo de toda su trayectoria. Desde nuestra experiencia, la narración digital puede ser una herramienta muy útil para dar voz al público y a los gestores culturales.

Una herramienta para escuchar y compartir las diferentes necesidades y proporcionar un espacio a las historias personales en los museos que hoy no está desarrollado suficientemente. ■