Archivo de Prehistoria Levantina
Vol. XXXVI, 2026, p. 235-254
Permanent IRI: http://mupreva.org/pub/1639

Creative Commons BY-NC-SA 4.0 ES
ISSN: 0210-3230 / eISSN: 1989-0508

Laura BOJ [a], Amparo ALONSO-SANZ [b], Paula JARDÓN-GINER [b] y Ricard RAMON [b]

El espacio y tiempo como factores para la creatividad juvenil. Estudios de casos en visitas a museos de Historia y Arte

RESUMEN: Esta investigación analiza el desarrollo de la creatividad en visitas escolares a cuatro museos de la Comunidad Valenciana (MUA, MUBAV, MPV, MARQ). Mediante un enfoque cualitativo basado en la Teoría Fundamentada, se observó la interacción de 200 estudiantes y sus docentes con las propuestas museísticas. Los resultados muestran que el diseño del espacio, la museografía y las estrategias de mediación educativa influyen decisivamente en la creatividad. Sin embargo, limitaciones estructurales y ritmos acelerados pueden obstaculizar la reflexión y la experimentación. Los talleres prácticos resultan clave para el aprendizaje significativo, aunque condicionados por el tiempo y el espacio disponible. Se propone optimizar el diseño museográfico, flexibilizar tiempos y explorar experiencias inmersivas para potenciar la creatividad y el pensamiento crítico en contextos educativos museales.

PALABRAS CLAVE: Creatividad, museografía, educación no formal, mediación, gestión del tiempo, gestión del espacio.

Space and time as factors for youth creativity. Case study analysis of visits to History and Art museums

ABSTRACT: This research examines how creativity develops during school visits to four museums in the Valencian Community (MUA, MUBAV, MPV, MARQ). Using a qualitative Grounded Theory methodology, researchers observed interactions between 200 students, their teachers, and the museum programmes. The results highlight that spatial design, museography, and educational strategies are crucial in fostering creativity. However, structural constraints and tight schedules can limit reflection and experimentation. Practical workshops are essential for meaningful learning, but often face time and space limitations. The study recommends improving exhibition design, offering more flexible scheduling, and implementing immersive experiences to promote creativity and critical thinking in educational museum environments.

KEYWORDS: Creativity, museography, non-formal education, mediation, time management, space management.

a Universidad de Murcia
laura.boj@um.es
b Universitat de València
m.amparo.alonso@uv.es | paula.jardon@uv.es | ricard.ramon@uv.es

Recibido: 10/02/2025. Aceptado: 25/06/2025. Publicado en línea: 18/12/2025.

1. INTRODUCCIÓN

La educación no formal en museos se ha convertido en un tema de interés creciente en las investigaciones educativas. Tal como ya recoge el Consejo de Europa en el Convenio de Faro de 2005 (Consejo de Europa, 2018) sobre el valor del patrimonio cultural para la sociedad y el ICOM en su definición de museo, aprobada en la Asamblea General de la Conferencia General del ICOM celebrada en Praga en agosto de 2022. La función social y educadora de los museos no debe considerarse secundaria en relación con su función de preservación y exhibición de objetos culturales, tal y como se entendía en la museología clásica (Vidagañ Murgui, 2019). El museo actual debe observarse como un lugar donde, además, se integra la función de difundir conocimiento y presentar colecciones a público de todas las edades, al que se invita a ser partícipe y parte activa de impulsar el saber y la cultura. Esto se puede conseguir dando importancia al proceso creativo en el museo (Gómez Alonso, 2003; Vidagañ Murgui, 2019) e invitando a sus visitantes a formar parte de él, tanto en la relación mediador-público durante las visitas guiadas, como a través de los talleres, residencias artísticas y de investigación. Asimismo, se promueve el disfrute de la actividad en sí, propiciando actividades autotélicas (Csikszentmihalyi, 2004).

Este punto de vista convierte a los museos en espacios de comunicación dinámicos que pueden fomentar la creatividad de sus visitantes, ofreciendo oportunidades para el aprendizaje a través de experiencias activas dentro de los mismos, experiencias que permitan el desarrollo de la conciencia de pertenencia de los individuos a sus entornos sociales y culturales actuales (Vidagañ Murgui, 2019; Ponce Delgado, 2023).

Para esto es importante resaltar que el museo además de ser un espacio donde observar objetos del pasado, tanto contemporáneo como del de otras épocas, puede facilitar la relación del público con su contexto e historia presente a partir de estos objetos del pasado (Tlili, 2016), y al entenderse dentro de este contexto puede así mismo proyectar y proyectarse hacia un futuro.

La percepción de la realidad pasada o presente, la asimilación de su significado y su integración proyectada en la vida futura del público de los museos pueden relacionarse con la conectividad (Hallman, 1963). Este factor se fomenta desde el museo a través del acogimiento de la creatividad de quienes visitan estos espacios, a partir de la vivencia temporal que dentro de la entidad museística se les permita experimentar (Ripollés Adelantado y Fortea Cervera, 2004).

No se puede olvidar que los objetos expuestos en los museos están descontextualizados de su lugar y época de origen, y que son las narraciones generadas por el museo las que unen esos objetos con su significación histórica y cultural (Roca, 2008; Jardón-Giner, 2010, Huerta y Jardón-Giner, 2023, 2025). De modo que la organización espacial de los mismos y la organización de los recorridos en las visitas va a ser crucial a la hora de brindar contexto de base para que el público pueda generar este desarrollo creativo a partir del conocimiento y de las narrativas que el museo ofrece.

Impulsados por los objetivos que guían el proyecto de investigación DECHADOS, "Creatividad inclusiva en secundaria mediante la relación entre centros educativos y museos", investigamos la relevancia de los museos, especialmente de las acciones e intervenciones didácticas que proponen estas instituciones, en el desarrollo de la creatividad en personas jóvenes (Huerta y Jardón-Giner, 2025). Bajo esas premisas, presentamos una parte de nuestra extensa investigación. En este caso, centrado en las visitas con talleres de museos de Arte e Historia. Para ello, hemos llevado a cabo el análisis de diversas actividades educativas de cuatro museos en los años 2023 y 2024: Museo de la Universidad de Alicante (MUA), Museo de Bellas Artes de València (MUBAV), el Museu de Prehistòria de València (MPV) y el Museo Arqueológico de Alicante (MARQ).

Algunos museos de Arte e Historia son lugares que buscan fomentar la creatividad de sus visitantes a través de visitas guiadas y talleres. Para comprender cómo pueden lograrlo es necesario conocer qué variables pueden ser determinantes. Nuestra hipótesis de partida es que un buen uso pedagógico del espacio y el tiempo puede fomentar la creatividad, como se ha manifestado con el paso del arte objetual al arte de concepto desde 1960 (Marchán Fiz, 1997; Ramírez, 2001), cuando la conciencia sobre su relevancia se

potencia en manifestaciones como los *ready mades*, *environment*, el arte de acción y posteriormente la instalación artística o el arte público. Es decir, el objeto cede el protagonismo al concepto, el cual se define en interacción con el espacio-tiempo, su contexto sociocultural.

En este trabajo se examina cómo el espacio y el tiempo influyen en las visitas educativas a museos y cómo estos factores pueden optimizarse para mejorar el desarrollo de la creatividad de estudiantes de secundaria durante la visita guiada y el taller didáctico.

1.1. Creatividad y museos

Concebimos la creatividad a partir de la definición que ofrece Amabile (1983) según la cual es aquello que produce ideas novedosas y apropiadas en cualquier campo de actividad humana, pudiendo ser la educación recibida en los museos una de estas actividades. Puntualiza Amabile que estas ideas deben ser no solo originales, sino también útiles, relevantes y aplicables en el contexto en el que se introducen. A este respecto, la descripción que realiza Csikszentmihalyi (1996) añade a la anterior el matiz de que la creatividad no ocurre solo en la mente de un individuo, sino en la interacción entre sus pensamientos y el contexto sociocultural en el que se desenvuelve. Con lo cual, la concepción del espacio y del tiempo en los museos, debe ser entendida conscientemente a la hora de considerar ese contexto sociocultural como motor de la creatividad.

De entre los criterios articulados por Hallman (1963) al conceptualizar la creatividad (criterio de conectividad, criterio de originalidad, criterio de no-racionalidad, criterio de autorrealización y criterio de apertura) nos interesa especialmente para esta investigación el primero de ellos. El criterio de conectividad establece que la creatividad involucra necesariamente la combinación o relación entre conceptos o imágenes, permite establecer relaciones, posibilita asociaciones entre ideas remotas, como pueden ser las que suceden en momentos espaciales o temporales diferentes.

Desde estos puntos de vista y en relación con lo descrito, los museos se presentan como lugares idóneos donde ofrecer un espacio-tiempo que sirva para que el público pueda gestar, como mínimo, conocimientos e ideas nuevas a partir de la relación entre los objetos culturales (tiempos expuestos) que allí se exhiben y las narraciones e interacciones (tiempos invocados) que los educadores ofrecen (Roca, 2008), tanto en las visitas como en los talleres.

1.2. La importancia del espacio en las visitas a los museos

El diseño espacial de los museos desempeña un papel crucial en la estimulación de la creatividad. Según un estudio del Laboratorio permanente de público de museos, perteneciente al Ministerio de Educación, Cultura y Deportes (2013), se establece que existen ciertos factores que determinan la experiencia museística positiva de sus visitantes. Estos factores están muy relacionados con la creación de un ambiente propicio e incluyen desde el confort y la comodidad del visitante dentro de este (comenzando por la presentación y situación del espacio museal al público), hasta la experiencia de diversión, fascinación, absorción, felicidad e inmersión en estos lugares. Además, Falk y Dierking (2018) sugieren que los espacios que permiten la interacción directa con las exhibiciones fomentan un aprendizaje más profundo y significativo.

Quienes visitan museos esperan y prefieren experiencias que les provoquen sensaciones de juego y diversión (Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, 2013), lo cual mejora el aprendizaje (Vygotsky, 1979; Piaget, 1996). El asombro y la sorpresa que llevan a la fascinación son cualidades que se pueden promover desde los ambientes intrínsecamente interesantes y atractivos de los museos. Estos espacios suelen percibirse como ambientes fuera de lo habitual, donde predominan sensaciones de excitación, aventura y especialmente asombro, lo que favorece la distracción de la vida cotidiana y el ensimismamiento. Cuanto

más concentrada esté una persona en una exposición, mayor será su motivación y el recuerdo positivo de su experiencia y más fácilmente podrá llegar a crear un significado para sí misma, porque, de algún modo, las personas que visitan un museo esperan obtener algún tipo de ganancia intelectual significativa (Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, 2013), en el sentido que Csikszentmihalyi (2004) plantea; es decir, cuando durante la visita la persona consigue conectar positivamente lo observado con sus propias metas.

Respecto a la distribución del contenido en los museos y al flujo de visitantes para su disfrute, conviene considerar la experiencia de flujo surgida de la teoría de Csikszentmihalyi (2004: 19-20) en relación con la creatividad, la cual plantea que "el estado óptimo de experiencia interna es cuando hay orden en la conciencia. Esto sucede cuando la energía psíquica (o atención) se utiliza para obtener metas realistas y cuando las habilidades encajan con las oportunidades para actuar. La búsqueda de un objetivo trae orden a la conciencia porque una persona debe concentrar su atención en la tarea que está llevando a cabo y olvidarse momentáneamente de todo lo demás (…). 'Flujo' es la manera en que la gente describe su estado mental cuando la conciencia está ordenada armoniosamente; gente que desea dedicarse a lo que hace por lo que le satisface en sí".

Esta teoría relaciona directamente el aprendizaje y la creatividad con estados mentales de desinhibición, disfrute y felicidad. Lo que permite una experiencia de inmersión y concentración; una actividad autotélica (Csikszentmihalyi, 2004); en este caso en concreto, cuando el museo prepara un espacio-tiempo facilitador de este estado de fluidez.

Algunos estudios sugieren que el museo se conciba más como un foro o teatro, donde los objetos y las exposiciones actúen como detonantes para la reflexión y la interpretación personal. Al recorrer el museo, sus visitantes se convierten en actores y actrices que participan en la construcción de su propio conocimiento y desarrollo creativo. La disposición del espacio permite que los objetos no solo se observen, sino que también inciten al visitante a cuestionar y explorar diversos significados y símbolos (Jaramillo de Carrión, 2008). En este sentido, la museología se concibe como la creación de una escenografía (Hernández Cardona, 2005).

Las salas del museo donde se muestran los objetos y sus espacios de esparcimiento deberían alternarse, sumándose a las narrativas comunicadas por sus mediadores y educadores, y así poder conectar con los espacio-tiempos de los contextos culturales evocados por las piezas y/o obras (Serrat Antolí, 2005)

Las normativas y estándares emergentes en algunos países, como las recomendaciones en la norma UNE 302002 en España (Ortiz de Zárate, 2018), buscan garantizar que los museos sean accesibles y proporcionen una experiencia de calidad, abarcando desde la señalización y la distribución de los espacios hasta la información clara y comprensible. Esto refleja un enfoque integral hacia la optimización de la visita, ajustándose a las necesidades y expectativas del público diverso que frecuenta estos espacios culturales.

1.3. La importancia del tiempo en las visitas a museos

Respecto a la duración de las visitas a museos, parece que el tiempo promedio recomendado para una visita oscila entre 1 y 3 horas (Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, 2013), dependiendo del tamaño del museo y la complejidad de sus exposiciones. Sin embargo, se debe tener en cuenta que esta adecuación debe abordar varios aspectos que inevitablemente influyen en la experiencia del visitante. Un enfoque clave ha sido la relación entre el tiempo real dedicado y la percepción subjetiva del visitante, que suele sobreestimar la duración de la visita debido a la intensidad de la experiencia (EVE Museos, s.f.).

En la ya mencionada teoría de flujo (Csikszentmihalyi, 2004) se afirma que cuando las personas están plenamente inmersas en una tarea interesante y creativa, la percepción del tiempo se altera, fluye. Cuando la concentración es intensa y la atención se focaliza, es porque se ha conseguido una buena inmersión del público en una visita. En este punto, el grado de implicación hace que aumenten las destrezas. El tiempo percibido por el visitante es subjetivo, pueden sentir que el tiempo pasa más rápido (Ministerio de Educación Cultura y Deportes, 2013).

Esto se consigue sumando al diseño de un recorrido cómodo y agradable, una acción educativa, empática e interactiva, de la persona mediadora con el público. Best (2012) indica que uno de los desafíos comunes en las visitas a museos es condensar la información en un tiempo limitado gracias a la habilidad de sus guías para gestionar transiciones y evitar silencios incómodos (*dead air*), lo que permite aprovechar mejor el tiempo sin dejar de responder al interés del público. Así, cobra mayor importancia la experiencia interactiva sobre la duración predefinida. Por lo tanto, aunque el tiempo es un factor, el enfoque está en la flexibilidad y el ajuste continuo durante la visita para optimizar la experiencia de sus visitantes. El foco se centra en la dinámica de la interacción entre mediadores y visitantes y en analizar cómo en esta mediación cultural se pueden adaptar los discursos y acciones en función de las reacciones del público, sugiriendo que la fluidez y la capacidad de leer el ambiente son esenciales para mantener el interés y la atención.

Se ha observado que la disposición espacial y la organización de los recorridos de los museos también influyen en la percepción del tiempo, ya que áreas de interés clave y rutas complejas pueden generar confusión o prolongar la visita si no están bien señalizadas o diseñadas para guiar sus visitantes sin interrupciones. Además, las estrategias de museología y museografía, como la integración de experiencias inmersivas o elementos emocionales en las exposiciones, han demostrado ser efectivas para enriquecer las visitas (Serrat Antolí, 2005). La adaptación de los museos para ofrecer experiencias participativas y lúdicas, más allá de la simple contemplación de objetos, puede influir en el tiempo que sus visitantes consideran adecuado para explorar una colección (Sospedra-Roca et al., 2023). En este contexto, se sugiere que una duración más flexible, que permita pausas y recorridos personalizados, pudiera mejorar la satisfacción del público, ofreciendo una experiencia más memorable y significativa (Best, 2012).

1.4. Programación de actividades educativas

A la hora de programar las actividades de grupos de estudiantes que provienen de algún centro educativo, es necesario considerar que su disponibilidad dependerá de todo un calendario curricular, del horario de centro, del número de asignaturas implicadas en la salida extraescolar, y de los tiempos requeridos para el desplazamiento de ida y vuelta al museo. Considerando que los museos no abren sus puertas hasta las diez de la mañana, y que se debe reservar un intervalo para el almuerzo del alumnado, habitualmente esto deja un margen para una visita de dos horas de duración. Lo cual condiciona en gran medida el número y tipo de actividades que pueden organizarse.

Existen notables ejemplos en los que se subraya la importancia de las capacidades pedagógicas en educadores de museos, considerando que median entre el conocimiento especializado y el público (Ministerio de Cultura, 2008), como, por ejemplo, a través de la acción educativa mediante "estrategias de patrimonialización: la percepción creativa, la integración del elemento patrimonial en la creatividad, la interpretación emotiva, el disfrute sensorial..." (Calaf y Fontal, 2007: 74). Este rol requiere no solo traducir el conocimiento, sino facilitar su construcción colectiva, incluyendo a investigadores, educadores y visitantes. También enfatiza que las personas mediadoras de los museos deben promover una visión crítica y amplia de la sociedad en sus visitantes, integrando aspectos de ciudadanía y valoración del patrimonio cultural. Además, el texto menciona la necesidad de una formación continua y específica para el colectivo de mediadores museales, dado que la mayoría adquiere sus habilidades pedagógicas a lo largo de su práctica profesional. Sin embargo, se resalta que, para enfrentar los desafíos contemporáneos de la educación en museos, es vital una formación sólida en museología y comunicación museológica.

Esta formación facilitaría la importancia de lo que Best (2012) resalta en relación con el diseño de actividades que vayan más allá de las guías monográficas y preestablecidas. Sostiene que la programación de actividades educativas en museos debería enfocarse en una experiencia interactiva, donde la persona mediadora actúe como facilitadora que de modo flexible se adapte a las reacciones e intereses del público y promueva la participación de sus visitantes, en lugar de solo transmitir información, evitando enfoques

rígidos y unidireccionales. Una mediación cultural y una programación educativa que se han de centrar en el diálogo y la colaboración con el público, para aprovechar al máximo el potencial pedagógico de las visitas guiadas y talleres.

Por otro lado, a partir de los nuevos hallazgos en neurología, cada vez está más consensuado que el cerebro trabaja de forma integral, activando para una misma actividad funciones como la memoria, la atención y el tacto (Castellanos, 2022). Se puede afirmar que este tipo de interacción y su apoyo en actividades de taller relacionadas con la visita a museos fomentan el aprendizaje significativo. De esta manera se consigue una mejor conexión de sus visitantes con los significados y significantes que a partir de los objetos expuestos, las personas mediadoras pueden contextualizar.

Sin embargo, como se ha observado, para que la creatividad tenga lugar, se debe contar con esa gestión del espacio-tiempo que permita al público poder hacer suya la información y reelaborarla en conexión con las propias ideas.

1.5. Aprendizaje en grupos

Csikszentmihalyi (2004) afirma que estar con otra persona se considera una actividad universalmente agradable de la que en principio parece que se puede disfrutar sin tener que utilizar ninguna habilidad especial. Sin embargo, requiere muchísimos desafíos, que a su vez dan sentido a dicha actividad, pues según esta teoría del flujo, si no hay desafío, tampoco hay sentido. Este punto coincide con las teorías que se desarrollan en relación con el aprendizaje cooperativo y colaborativo (Dewey, 1916; Vygotsky, 1979) y las investigaciones que se han realizado más recientemente (Johnson y Johnson, 2013) o vinculadas a la creatividad (Torres Carceller, 2021) y a la participación (Jenkins et al., 2009).

Para que este tipo de aprendizaje pueda existir en los museos, el papel de sus educadores es imprescindible, pues son estas figuras las que deben apoyar un acercamiento libre y exploratorio a los contenidos, tanto de tipo objetual, como conceptual, que el museo ofrece. En última instancia se contribuye al desarrollo de la creatividad y el pensamiento innovador de los grupos de visitantes. Son a su vez estas personas las encargadas de presentar y ofrecer el espacio del museo, organizando el tiempo de vista, para ofrecer una experiencia museística fluida, que permita la conectividad.

Asimismo, en el desarrollo de los talleres el cuerpo se involucra (Castellanos, 2022) y como consecuencia el aprendizaje cooperativo es más eficaz y las acciones, interacciones y diálogos (Jaramillo de Carrión, 2008) contribuyen al desarrollo de las habilidades sociales y de capacidades de autoconocimiento, observación y análisis del contexto histórico social. Esta aproximación compleja a la realidad contribuye al desarrollo de la creatividad.

1.6. Estudio de casos

A partir de las premisas anteriores, nuestra investigación plantea un estudio de casos que se desarrolla en cuatro museos de la Comunidad Valenciana: dos museos de historia y dos de arte. Se procura la representación de cada una de estas tipologías en Alicante y Valencia. Se escogen por tratarse de museos que desarrollan actividades didácticas dirigidas a estudiantes de centros de Educación Secundaria Obligatoria (ESO) y cuentan con un gabinete educativo estable comprometido con el desarrollo de la creatividad. En todos ellos, las actividades didácticas se estructuran en introducción, visita guiada en una exposición y taller didáctico.

Los museos participantes son los siguientes:

- El Museo de la Universidad de Alicante (MUA) constituye un caso muy particular al estar integrado en un campus universitario y ser directamente gestionado por la universidad. Sus características arquitectónicas

lo convierten en un espacio que predispone al desarrollo de su actividad y a la presentación de su colección, centrada en el arte contemporáneo. Su función pedagógica se considera un aspecto fundamental.

- El Museo de Bellas Artes de València (MUBAV) es un museo centrado en albergar una colección artística, especialmente de pintura, desde la Edad Media hasta mediados del siglo XX. Se considera una de las pinacotecas más importantes de España. Mantiene un gabinete didáctico permanente desde hace décadas que desarrolla una serie de visitas al museo y talleres.

- El Museu de Prehistòria de València (MPV) es un museo provincial que surge del Servicio de Investigación Prehistórica de la Diputación de Valencia. Cuenta con una exposición permanente que abarca desde el Paleolítico hasta la época visigoda. Cuenta además con una sala especializada en Numismática. Dispone de departamento de didáctica desde finales de los años 80 y sus recientes remodelaciones museográficas apuestan por la inclusión e interacción con el público visitante.

- El Museo Arqueológico de Alicante (MARQ) apuesta por la renovación del sistema expositivo tradicional, entendido como una colección de hallazgos debidamente clasificados y catalogados. Los diferentes ámbitos temáticos ofrecen al visitante la oportunidad de observar los restos arqueológicos contextualizados por instalaciones y medios audiovisuales. Tras una introducción al medio geográfico, se inicia el recorrido histórico por las salas permanentes desde la Prehistoria hasta la Edad Contemporánea.

El MUA, el MUBAV, el MPV y el MARQ cuentan con una larga trayectoria de aproximadamente 20 años de acciones educativas diversas en torno a sus colecciones, muchas de ellas basadas en la fórmula de una visita guiada y un taller posterior (Fortea et al., 2003; Alonso-Sanz, 2011; Alonso-Sanz et al., 2013; Alpáñez y Navarro, 2015; Olcina Doménech, 2017; Huerta y Jardón-Giner, 2025;), excepto algunas actividades del MPV, como la analizada aquí, en la que la actividad se estructura en introducción y taller que se desarrolla en las salas de exposición.

A continuación, describimos las mediaciones educativas estudiadas en los talleres realizados en los cuatro museos, que fomentan la creatividad de manera diversa:

- En el MUA, la exposición “Pluri-identitats” invita a los estudiantes a explorar temas como la diversidad y la multiculturalidad. Inspirados en obras de Araks Sahakyan, realizan dos creaciones bidimensionales que representan su identidad, una figurativa y otra abstracta, culminando en un mural colectivo que integra ambas perspectivas.

- En el MUBAV, el taller “El paisaje. Un género de la mirada” explora el paisaje desde cinco perspectivas: interiores, viajes, ciudades, imaginarios y culturales. Tras visitar obras relacionadas, los estudiantes conectan estas concepciones con actividades creativas.

- En el MPV, “De cara al Passat” se centra en la reinterpretación de la imagen de emperadores romanos presentes en monedas antiguas. Los equipos crean propuestas visuales defendidas y evaluadas colectivamente (Fortea et al., 2003; Jardón et al., 2025).

- Por último, en el MARQ, el taller “Arte Rupestre” permite recrear la figura del orante en fragmentos de piedra artificial, combinando técnicas como carboncillo y acrílico. Este enfoque integra museografía, interacción y reflexión, fomentando la creatividad en sus visitantes.

El objetivo de esta investigación es identificar y evaluar de qué manera la gestión del espacio y el tiempo en estos cuatro museos fomenta la creatividad de jóvenes asistentes a exposiciones con visitas guiadas y talleres didácticos.

2. METODOLOGÍA

La investigación se ha desarrollado bajo el paradigma cualitativo desde el enfoque pluralista y flexible para la codificación de datos propio de la Teoría Fundamentada (Mohajan y Mohajan, 2023), basado en un

mecanismo inductivo, progresivo y verificable para establecer códigos, sus orígenes, relaciones entre sí e integración en categorías, que dan como resultado temas utilizados para construir significado (Williams y Moser, 2019).

Se lleva a cabo una investigación descriptiva, que rastrea estos museos como un estudio de casos, que se centra en describir, registrar, analizar e interpretar, las condiciones existentes (Best, 1981). Definimos el interés por casos singulares (Stake, 2013), al triangular detalladamente descripciones e interpretaciones de modo continuo a lo largo del estudio, partiendo de un conocimiento experiencial y considerando la influencia de los contextos sociales.

La muestra son los cuatro museos mencionados (MUA, MUBAV, MPV, MARQ) y en torno a 200 estudiantes con sus docentes. La recogida de datos se lleva a cabo por parte de cuatro personas docentes de didácticas específicas: una especialista en Arqueología, otra en Historia y Bellas Artes, y dos en Bellas Artes. Se realiza la observación del MUA el 13/03/23 y el 05/05/23, en el MUBAV el 25/4/23, en el MPV el 03/05/23 y en el MARQ el 30/05/23 y el 14/06/23 y su posterior análisis durante los meses de mayo y junio de 2023. En el trabajo de campo prima la alternancia de investigadores por parejas para asegurar una visión compartida y complementaria. Se recogen los datos en una hoja de observación común con información vinculada a las entidades y personas participantes y al desarrollo de la mediación, dividida en tres partes: introducción, visita y taller, además de un registro fotográfico y un diario de campo. Estos datos (narrativas, reflexiones e imágenes) son fruto de la observación participante. Las anotaciones y registros de observación son puestas en común con el profesorado de instituto y educadores para su contrastación, validación y triangulación y el enriquecimiento de las narrativas.

El análisis de datos se realiza con apoyo del programa de análisis cualitativo MAXQDA. Tras varias lecturas exhaustivas de los datos recogidos durante la observación, emerge una estructura organizativa semejante que se corresponde con una bienvenida [1], una visita guiada [2] y un taller [3]. Para cada una de estas categorías, y explorando el contenido de las narrativas de observación, se identifican diversos temas de interés relacionados con la creatividad. Entre los factores emergentes se identifica la importancia de la gestión del espacio y el tiempo. A partir de ello, se crean metacódigos y códigos relacionados con la gestión del espacio y el tiempo para el fomento de la creatividad, a partir de la codificación de unidades mínimas de significado. Posteriormente, se calcula la frecuencia de aparición de estas observaciones codificadas (tabla 1), así como el peso en porcentaje (relativo a la categoría) que cada uno de estos códigos tiene para cada museo (tablas 2, 3 y 4). La frecuencia de participación de códigos correspondientes a las visitas guiadas es mayor que durante los talleres o la bienvenida, porque el tiempo dedicado a esta actividad es generalmente mayor y, por tanto, son más numerosas y ricas las anotaciones recogidas durante la observación.

Tabla 1. Sistema de codificación derivado del análisis de datos.

Sistema de códigos			Frecuencia
1. Bienvenida	1.1. Contextualización del museo		2
2. Visita guiada	2.1. Museografía	2.1.1. Diseño expositivo	13
		2.1.2. Organización contenidos	7
		2.1.3. Contenido expositivo	35
	2.2. Tiempo visita guiada	2.2.1. Tiempo apremiante visita	6
		2.2.2. Regulación de tiempos visita	16
3. Taller	3.1. Espacio del taller		-
	3.2. Tiempo taller	3.2.1. Tiempo apremiante taller	14
		3.2.2. Regulación de tiempos taller	7

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La observación de las actividades en museos con jóvenes visitantes nos devuelve en los cuatro museos estudiados una estructura organizativa semejante que se corresponde con una bienvenida [1], una visita guiada [2] y un taller [3]. A continuación, se exponen los resultados principales para cada categoría, apoyados en narrativas entrecomilladas correspondientes a los datos recogidos durante la observación del equipo investigador, triangulados posteriormente con los educadores de museos y profesorado de secundaria participantes.

3.1. Bienvenida [1]

3.1.1. Resultados

La bienvenida [1] de los visitantes al museo es uno de los momentos más relevantes. Destacamos entre las acciones implicadas en el fomento de la creatividad mediante la gestión del tiempo y el espacio que tienen lugar en esta fase la contextualización del museo [1.1].

En algunos casos particulares, cuando el personal del museo recibe al alumnado en el acto de bienvenida, se produce una contextualización del museo, lo que constituye una práctica muy recomendable, dado que el público puede no conocer la función o tipología de ese museo en relación con otros, ni el tipo de colecciones que alberga, o la cantidad de exposiciones permanentes o temporales que se ofrecen con independencia de la visita. Así, en el MUA se "explica que en ese momento el MUA ofrece ocho exposiciones y van a visitar una de ellas, la correspondiente a la convocatoria Pluri-identitats de arte contemporáneo que aúna arte, educación y reflexión social". De manera semejante ocurre con el MUBAV al introducir la trayectoria del museo.

3.1.2. Discusión

La acción de contextualización del museo [1.1] en la que se resalta su ubicación, arquitectura, historia, exposiciones permanentes y temporales, o relación con otras exposiciones en ese u otro museo, es una práctica muy recomendable porque sitúa al público en el espacio del museo y le ayuda a concentrarse en el contenido (Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, 2013). Pero, además, fomenta la conectividad y, por tanto, la creatividad, al permitir relacionar: el museo visitado con otros museos y lugares, las salas vistas con otras, y las expectativas introducidas con sus intereses, conceptos y experiencias previas. Consideramos, además, que la contextualización puede fomentar la creatividad al permitir generar conexiones entre los contenidos de diferentes salas, entre estos y los propósitos expositivos, o incluso con el pasado del lugar, y entre el individuo y el espacio museal.

La acogida en general no debe centrarse exclusivamente en informar sobre las normas de comportamiento, sino que se le debe otorgar un significado didáctico a este momento explicando la estructura que tendrá la visita, sus partes y los objetivos que se trabajarán en cada una de ellas (De la Iglesia Mayol y Roselló Ramón, 2013) porque esto ayuda a entender la organización temporal.

3.2. Visita guiada [2]

Es la segunda parte en la que se estructura la actividad en los museos, siguiendo un formato con una larga tradición en la mediación cultural realizada en estos entornos y con una clara intención formativa del público. Hemos distinguido como aspectos vinculados al fomento de la creatividad la museografía [2.1] y la gestión del tiempo [2.2].

Tabla 2. Visita guiada. Frecuencias de narrativas relativas al metacódigo museografía [2.1].

	MUA	MUBAV	MPV	MARQ	Total
2.1.1. Diseño expositivo	28,60 %	-	37,50 %	30,00 %	23,60 %
2.1.2. Organización de contenidos	7,10 %	23,10 %	-	15,00 %	12,70 %
2.1.3. Contenido expositivo	64,30 %	76,90 %	62,50 %	55,00 %	63,60 %

3.2.1. Resultados del metacódigo museografía [2.1]

Los aspectos relacionados con la gestión del espacio a través de la museografía son el diseño expositivo [2.1.1], la organización de contenidos provocadora [2.1.2] y el contenido expositivo [2.1.3] (tabla 2).

El diseño expositivo [2.1.1] reúne apreciaciones sobre la "iluminación", "lo cautivador del espacio", "la experiencia multisensorial", "la distribución arquitectónica" (MARQ). Cuanto mayor es la autonomía que se otorga al público para hacer la visita a las salas, mayor debe ser el esfuerzo por asegurar un diseño expositivo [2.1.1] adecuado que contribuya a avanzar en el conocimiento o experimentación. Esto se constata en el MPV, donde la visita es semiguiada y "cambia las expectativas de lo que es una visita común a un museo". Sin embargo, a menudo el diseño limita las posibilidades experimentales del público y la autonomía creativa. En el MARQ "la distribución pasillo determina demasiado la visita a la hora de la exploración libre". Por otro lado, en el MPV, se observa que, lo que podrían parecer "problemas de espacio por la propia estructura del museo, al pasar otros grupos o personas en visita libre por el mismo lugar compartido por los estudiantes" de las visitas guiadas, se percibe como "positivo, porque los adultos ven cómo aprenden los niños". "El objetivo de la actividad es utilizar la sala y no realizar el taller en otro espacio (que sí que existe, en otra parte del edificio). La puesta en común está en un espacio contiguo, como una pequeña ágora, exclusivamente dedicada a ello. Esta organización recuerda a los *magister* cuando en los foros romanos se enseñaba en unos cuartitos separados por una cortina por donde la gente se asomaba a mirar, algunos opinaban sobre lo que se decía o se quedaban escuchando". "Durante la realización de la actividad pasaron un grupo de dos a cuatro personas y se encontraron que en esa ágora había adolescentes en la tarima explicando, otros sentados en las gradas y en el suelo". En esto se observa la importancia de que en el diseño expositivo también participen educadores del museo, que consideren la perspectiva pedagógica. Lo mismo ocurre en el MUA, donde el diseño y montaje expositivo recae en las personas responsables de la didáctica implicadas, en este caso incluso en el proceso de selección de obra, "por tanto, el diseño expositivo se realiza considerando también los intereses pedagógicos de las visitas guiadas". "El personal del museo conoce muy bien las posibilidades pedagógicas que ofrece el espacio del museo y explota todos sus recursos: recorrido por diferentes espacios de su espectacular arquitectura (hall, sala de taller, sala de exposiciones, zonas comunes y espacios de circulación, anfiteatro); uso de la sala de exposiciones en toda su extensión y dimensiones (paredes, suelo y techo); emplazamiento dentro de una universidad pública en un campus que ofrece posibilidades de paseo y esparcimiento previo y posterior; adaptación del mobiliario y la iluminación a las necesidades educativas (amplios espacios de circulación entre las obras expuestas, disposición de mesas y sillas en taller con gran comodidad)".

La organización de contenidos provocadora [2.1.2] es fundamental para mantener la motivación del público. Cuando en el MUBAV la educadora desplaza al alumnado al patio del Palacio del Embajador Vich, "la historia es tomada con atención por parte del alumnado, debido al propio entorno, pues ahora no están frente a una obra sino dentro de ella". El MARQ es conocido precisamente porque "la organización de los objetos, murales, audiovisuales y las réplicas, generan inmersión inmediata", por ejemplo, con "una reproducción de una excavación subacuática de un pecio". La estructuración tradicional, por orden cronológico, no siempre es la más apropiada. En el MUBAV apreciamos que "la organización de la colección

museográfica de manera cronológica en diferentes salas de exposición no favorece la reorganización, de lo que saben los estudiantes y lo que conocen a priori a nivel histórico, de manera diferente a los ejemplos artísticos. Muy al contrario, mantiene el esquema de categorías temporales y su asociación con estilos pictóricos. Una reorganización de las exposiciones a través de diálogos entre distintas épocas, colores, artistas… podría favorecer la relación de información de una manera nueva. Esto incluso podría hacerse en el taller, aun cuando en la sala se mantenga la mirada tradicional". Conviene que en las decisiones de la organización de contenidos participen personas encargadas de la didáctica. Como en el MUA donde la exposición es resultado de un certamen, y en "la selección de las obras de este concurso participan también dos personas de didáctica por lo que tienen en cuenta la importancia de recoger contenidos provocadores, técnicas variadas, procedimientos atractivos para todos los públicos, etc.".

El contenido expositivo [2.1.3] debe ser en sí mismo lo que atraiga a los públicos y es en todos los museos a lo que se le da mayor importancia. En el MUBAV la educadora destaca que la visita ofrece: "un recorrido completo de la evolución de la pintura desde el siglo XIV hasta el XX; así como la colección de pintura gótica en retablos". En el MARQ los estudiantes pueden observar "evidencias materiales, que les son nuevas". En el MUA "el contenido expositivo tiene una gran calidad ya que se corresponde a una selección entre obras llegadas de muchos países del mundo, ampliando la riqueza del tema principal que es la identidad". "El museo, al recoger obras de arte contemporáneas, logra incidir o conectar mejor con lo cotidiano del alumnado y resultar cercano a sus intereses". Si bien es cierto que en esta visita "las obras artísticas son tratadas como excusa para abordar temas y conceptos de interés social y se detienen menos o nada en su valor estético, técnico o procedimental". La experiencia en este museo ayuda a poner en juego la capacidad para imaginar que las cosas podrían ser de otra manera gracias al contenido de este porque "el arte contemporáneo ya da alternativas a lo que nos rodea desde una concepción crítica y artivista de sus creadores, que se traslada al público". También los contenidos ayudan a salir de las expectativas habituales porque ofrecen "técnicas actuales que sorprenden al público joven".

3.2.2. Discusión del metacódigo museografía [2.1]

Interpretamos respecto a los resultados relativos a la museografía que el diseño expositivo, la organización de contenidos y estos en sí mismos son los factores que en mayor medida podrían fomentar la creatividad.

A pesar de que el contenido expositivo [2.1.3] es lo que recibe mayor atención en la museografía clásica, en realidad para contribuir a la creatividad, al avance del conocimiento y a la experimentación, es fundamental insistir en el diseño expositivo [2.1.1] que debe estar enfocado a la posible autonomía del público durante las visitas fomentando su pensamiento y activando reflexiones, como ocurre en el MPV. En los casos en que se encuentran limitaciones al respecto de la gestión del espacio en favor de la creatividad, surge de la triangulación, la importancia de que en el diseño expositivo participen educadores que incluyan la intención pedagógica en favor de la interacción, pues la interacción en los museos favorece un aprendizaje profundo y significativo (Best, 2012; Falk y Dierking, 2018). Del mismo modo, respecto al código organización de contenidos provocadora [2.1.2], cuando las decisiones se toman con la participación de los departamentos didácticos de los museos, entonces se fomentan formas de estructuración distintas al tradicional orden cronológico o temático, introduciéndose transgresiones que fomentan miradas más originales, rupturas de prejuicios y asociaciones novedosas. Si la organización de contenidos provocadora incluyese espacios abiertos, zonas de descanso y reflexión permitiría integrar pausas y momentos de relajación para renovar la capacidad de concentración y mantener el interés, lo que repercutiría positivamente en propiciar la creatividad (Jaramillo de Carrión, 2008). Los grandes museos suelen compensar los espacios expositivos con recorridos por jardines o zonas exteriores que los visitantes pueden utilizar para complementar sus visitas (Ministerio de Educación Cultura y Deportes, 2013). La posibilidad de disponer de áreas de descanso con asientos y gradas entre las salas del museo en medio del recorrido del MPV permite a sus visitantes hacer pausas y también ser utilizados por los grupos para realizar puestas en común durante las actividades educativas.

El fomento de la creatividad en los museos pasa por desplazar el interés del objeto al visitante, es decir, del contenido expositivo a la gestión del espacio y organización del contenido para un mejor aprovechamiento por sus públicos. Debería ser una tendencia que el diseño de exposiciones en los museos se centrara en el visitante, no solo para desarrollar exposiciones exitosas o efectivas, sino para obtener más beneficios para la inspiración del pensamiento y la organización de ideas (Chen y Ho, 2003).

3.2.3. Resultados del metacódigo tiempo en la visita guiada [2.2]

La observación de los ritmos y del tiempo en la visita guiada [2.2] en los museos nos devuelve una gestión del tiempo apremiante [2.2.1] que actúa como "limitación, impidiendo extraer todo lo que el museo ofrece" (MARQ). Dificulta la participación del público al que se "le da pie a hablar, pero no se le da tiempo suficiente" para hacerlo (MUA). Durante la visita guiada al MUBAV se reduce el tiempo destinado a la observación de cada sala o pieza debido al gran número de obras presentes. La velocidad necesaria para recorrer al menos todos los espacios y alguna obra significativa de cada siglo reduce las oportunidades de generar reflexiones profundas por parte del alumnado. Esto se controla mediante una fuerte regulación de tiempos de visita [2.2.2]. Tanto en el MUBAV como en el MUA cada cinco minutos, máximo 10, se produce el desplazamiento de la observación del público hacia una obra diferente durante la visita guiada. En el MPV directamente se sigue un formato alternativo, que dedica el tiempo casi exclusivamente al taller reduciendo al máximo la visita guiada tradicional (tabla 3).

3.2.4. Discusión del metacódigo tiempo en la visita guiada [2.2]

A partir de la observación de la gestión del tiempo apremiante [2.2.1] en los museos estudiados, observamos que se genera un ritmo acelerado en las visitas que limita la participación del público e imposibilita la dinamización entre educadores y visita. Como consecuencia se dificulta la asimilación de los contenidos y conocimientos que ofrece el museo, imposibilitando respuestas creativas del alumnado, pues no se le deja suficiente margen para profundizar en sus reflexiones, ni relacionar su conocimiento previo con el nuevo, para generar conectividad (Hallman, 1963). Se echa en falta un tiempo de reflexión en la mayor parte de las visitas, que es extremadamente importante para el fomento de la creatividad (Best, 2012; Ministerio de Educación Cultura y Deportes, 2013).

Tabla 3. Visita guiada. Frecuencias de narrativas relativas al metacódigo tiempo en la visita guiada [2.2].

	MUA	MUBAV	MPV	MARQ	Total
2.2.1. Tiempo apremiante	30,00 %	10,00 %	-	100,00 %	27,20 %
2.2.2. Regulación de tiempos	70,00 %	90,00 %	-	-	73,10 %

En los museos observados encontramos dos tipos de estrategias distintas. Una consiste en reducir la dedicación a la visita, ampliando el tiempo del taller posterior (MPV). Otra estrategia trata de paliar este problema mediante la regulación de tiempos de visita [2.2.2], moviendo la mirada del público constantemente de una obra a otra a través de la mediación. Promoviendo la conectividad mediante la interacción fluida entre las piezas y la narración guiada (Hallman, 1963; Best, 2012).

3.3. Taller [3]

Quienes visitan el museo participan de una propuesta pedagógica de carácter práctico con el taller. Es uno de los reclamos que utilizan las instituciones para atraer a públicos escolares y en su gestión se debe considerar el espacio del taller [3.1] y el [3.2] tiempo del taller.

3.3.1. Resultados del metacódigo espacio del taller [3.1]

El espacio del taller [3.1] destinado a realizar actividades es muy diferente en los cuatro museos. En el MUA es un entorno conformado por un ágora al exterior y una gran aula bien iluminada al contar con paredes perimetrales de vidrio, además de con abundante mobiliario y zona de almacenamiento y suministro de materiales (fig. 1, A). Es así porque en un museo universitario como este, la función pedagógica desde el momento de su creación fue prioritaria. El MARQ también cuenta con un espacio reservado a los talleres, fuera de la exposición y en otro módulo, bien equipado, con suficientes mesas y una zona reservada para sus educadores (fig. 1, B).

En el caso analizado en el MPV es el propio espacio expositivo donde se desenvuelven las acciones de aprendizaje, es una integración del espacio del taller con el de la exposición que permite el ir y venir entre la colección y la actividad del taller (fig. 1, C). No existe, para esta actividad, la separación de los grupos escolares, sacándolos de la exposición. Se considera que tiene igual de importancia un taller interactivo que una visita clásica. El MPV dispone de un aula con mesas, espacios interactivos, materiales y recursos y pilas con agua, que se utiliza en otros talleres.

Sin embargo, en otros museos la lucha por mantener un entorno de trabajo didáctico ha sido extrema, como en el MUBAV, donde el taller fue desplazado a la última planta en una habitación alargada que reúne condiciones precarias a pesar de los grandes esfuerzos de sus educadoras por adecuarlos mediante recursos estimulantes e imágenes en sus paredes (fig. 1, D).

3.3.2. Discusión del metacódigo espacio del taller [3.1]

Es imprescindible que las políticas de los museos den prioridad no solo a la mediación cultural producida durante las visitas guiadas, sino también a los talleres. Y para ello debe garantizarse la reserva de espacios de taller que reúnan las condiciones necesarias para el aprendizaje escolar en cuanto a mobiliario, iluminación,

A C B D

Fig. 1. Espacios de talleres en los museos analizados. A: MUA; B: MARQ; C: MPV; D: MUBAV.

zonas de circulación, almacenaje de recursos, etc. Creando los espacios propicios de confort y comodidad, donde pueda generarse la experiencia de diversión, fascinación, absorción, felicidad e inmersión (Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, 2013) que a través del disfrute de la actividad en sí (Csikszentmihalyi, 2004) desemboque en el desarrollo de la creatividad del público participante.

3.3.3. Resultados del metacódigo tiempo del taller [3.2]

La gestión del tiempo del taller [3.2] pone de manifiesto dos aspectos importantes. Por un lado, que se transmite con mucha frecuencia la idea de que el tiempo del taller es apremiante [3.2.1], lo que obliga a terminar con rapidez aquello que se está creando. Esto desemboca en la necesidad de una regulación de los tiempos [3.2.2] para llegar a terminar las actividades programadas.

Que el tiempo del taller es apremiante resulta de gran incomodidad para la creatividad y demuestra un fallo de diseño en la fase de programación. En el MUBAV "se insiste en la rapidez de la ejecución, tanto por parte de la educadora, como por parte de la propia profesora", incluso se les da soluciones que copiar, casi como si fuera un hábito apremiar al alumnado: "En tres minutos terminad de organizar esas piezas". En el MPV "hay estudiantes que quieren más tiempo para el desarrollo del dibujo" y dicen a la guía, cuando les indica que hay que acabar: "El arte no se apresura". Los grupos con necesidades educativas especiales requieren tiempos más dilatados. En el MARQ se aprecia que "con el grupo en concreto de educación especial falta mucho tiempo, y la programación de los talleristas no permite flexibilidad ni mucha improvisación en este sentido", además se les da plantillas a imitar o reproducir. En el MUA "el ritmo de trabajo es marcado insistentemente por el educador, quien les alerta de cuándo deberían no entretenerse con el dibujo inicial, empezar a colorear, avanzar más rápido, pasar al segundo ejercicio o finalizar. Resulta un factor estresante para quienes precisan mayor tiempo de reflexión o elaboración, incluso para quienes encuentran dificultades técnicas". "El ir marcando los tiempos, recordarles cuántos minutos les quedan, incitarles a pasar al siguiente proceso, genera un ritmo estresante que reduce las posibilidades de experimentación y exploración para imaginar nuevas posibilidades". "Este ritmo y órdenes otorgan más importancia al resultado final esperado (que debe estar acabado a tiempo) que a la invitación a un proceso reflexivo que incluya detalles o discursos inesperados". De hecho, "durante o al final del taller no se da tiempo suficiente para hallar estas conexiones, para contemplar las creaciones del resto" en un proceso dialógico.

La regulación de los tiempos demuestra, por otro lado, que los talleristas son muy conscientes de que se debe ejercer un control para que todo salga según lo programado. En el MUBAV "se dedica tiempo suficiente a la creación propia, la exposición pública de los resultados, la intervención crítica de los pares". "En todos los talleres se restringe el tiempo de creación a 10 minutos" y se dispone al final de una actividad comodín con el *fotocall*. "Los tiempos tan ajustados en las visitas escolares y la necesidad de controlar los ritmos obliga a introducir actividades que sirven de comodín para ajustarse al horario dilatando o apremiando la actividad" (tabla 4).

3.3.4. Discusión del metacódigo tiempo del taller [3.2]

Respecto a la gestión del tiempo del taller, esta viene determinada por el hecho de que los museos parecen más centrados en la finalización de un trabajo para mostrar en casa o exhibir en el centro, que en la importancia del proceso artístico o creativo en sí mismo y el aprendizaje derivado de ello. Asimismo,

Tabla 4. Visita guiada. Frecuencias de narrativas relativas al metacódigo tiempo del taller [3.2].

	MUA	MUBAV	MPV	MARQ	Total
3.2.1. Tiempo apremiante	85,70 %	25,00 %	100,00 %	100,00 %	66,70 %
3.2.2. Regulación de tiempos	14,30 %	75,00 %	-	-	33,30 %

en lo que se refiere a la gestión del tiempo de los talleres, al ser en grupo, surgen desajustes entre el tiempo necesario para cada individuo y la gestión colectiva de los tiempos de la actividad. También existe una tensión entre el tiempo programado y el desarrollo, siempre contingente, de la actividad. Por ello, las personas educadoras del museo tienen que decidir qué primar: el programa o las necesidades del grupo. En ocasiones tienen también la presión de las docentes que recuerdan la hora en que el autobús pasará a recoger el grupo y deben ajustar continuamente las fases de realización en función de las circunstancias contingentes propias de toda acción educativa. Es preciso redirigir la atención mejorando la gestión del tiempo, de forma que se evite la insistencia en que el tiempo del taller es apremiante, pues el alumnado muestra síntomas de hastío y agobio debido a esta presión. Además, ello impide que se produzca la asimilación, y la experimentación creativa de manera profunda, y se corre el riesgo de resolver las propuestas de manera estereotipada, reproductiva o imitadora. Si bien, la regulación de los tiempos muestra una preocupación de sus educadores, debería tener el objetivo primordial del aprendizaje por delante de la intención de concluir la tarea, colocando el foco en el proceso creativo (Vidagañ Murgui, 2019) y en el disfrute de la realización del aprendizaje en sí mismo, reivindicando las acciones autotélicas (Csikszentmihalyi, 2004), que llevarían a la inmersión y al disfrute de la tarea en sí misma, pudiéndose desarrollar las habilidades cognitivas y creativas (Ministerio de Educación Cultura y Deportes, 2013).

4. CONCLUSIONES

La investigación subraya cómo la gestión del espacio y el tiempo en los museos MUA, MUBAV, MPV y MARQ influye significativamente en el desarrollo de la creatividad de estudiantes de secundaria durante sus visitas guiadas y talleres didácticos. Si se desea fomentar la creatividad de los visitantes desde la fase de bienvenida, es importante dedicar un tiempo a la contextualización del espacio museístico, pues contribuye a la conectividad y generación de expectativas; elementos fundamentales para iniciar un proceso creativo.

Durante las visitas guiadas la museografía y la gestión del tiempo pueden favorecer o limitar el desarrollo de la creatividad. En relación con la museografía, se concluye que el diseño expositivo juega un papel clave en la promoción de la creatividad. Estos museos, integran elementos arquitectónicos de interés, como la iluminación en el MARQ, que genera un espacio cautivador y fomenta la experiencia multisensorial junto a los elementos narrativos interactivos. Esto se observa también en las vitrinas táctiles en los muesos de historia, que logran dirigir la atención, fomentar el pensamiento crítico y la reflexión en sus visitantes. Sin embargo, algunos museos, como el MUBAV, enfrentan limitaciones en sus diseños, como falta de espacios amplios adecuados dedicados a talleres o esparcimiento, los cuales serían fundamentales para que los públicos se relajen, fluyan en sus pensamientos e intercambien opiniones en favor de nuevas ideas más creativas o compartidas. Otras limitaciones serían las salas con circulación en forma de pasillo, como en el MARQ, que impiden la disposición del grupo para interactuar creativamente. Se recomienda implementar diseños museográficos centrados en el visitante.

Cuando la museografía es provocadora, en relación con la organización del contenido mostrado, puede mejorar la conectividad y, por tanto, la creatividad. Un ejemplo es el MUA donde las obras expuestas en espacios diáfanos favorecen establecer relaciones entre ellas. Esto se ve dificultado en museos con mayor contenido que debe organizarse por salas, como en el MARQ, o por plantas diferentes, como ocurre en el MUBAV.

El contenido expositivo, como aspecto de la museografía, es lo más potenciado por educadores en relación con la creatividad. A través del contenido expositivo se acercan al público objetos u obras nunca vistas, como en el MUA, donde la selección de obras provenientes de otros países genera la ampliación de conocimiento. Además, a través de una buena selección temática se conecta con lo cotidiano y con intereses

propios, lo que incide positivamente en la capacidad para imaginar alternativas, ya sea a través del arte contemporáneo (MUBAV y MUA) o a través de los restos materiales (MPV y MARQ), saliendo de las expectativas habituales.

En relación con el tiempo de la visita guiada, el tiempo apremiante de visita es un factor limitante de la creatividad, al afectar negativamente a la conectividad, pues dificulta la asimilación de contenidos, la reflexión y participación del público. Ritmos acelerados durante las visitas guiadas pueden limitar la participación y la reflexión colaborativa y profunda del alumnado. En el estudio se identifican dos estrategias para la regulación de tiempos de visita. La primera reduce la visita y aumenta el tiempo de taller, lo cual permite profundizar más en los procesos de creación. La segunda, promueve el movimiento constante y rápido entre obras a través de la mediación con narración guiada, en favor de la conectividad.

Los talleres prácticos en los cuatro museos son esenciales para consolidar el aprendizaje. Ejemplos de buenas adaptaciones, se han observado en el MUA por su capacidad de almacenamiento, distribución de mobiliario e iluminación natural, en el MUBAV por el diseño de materiales didácticos, o el MARQ, que además dispone de fregaderos.

Respecto a la gestión del tiempo y el ritmo de las actividades, se concluye que la temporalización de las actividades es crucial para la creatividad. En los talleres, a menudo ajustados en tiempo, se priorizan la finalización de tareas sobre el proceso creativo y dialógico. Se recomienda reservar tiempos de reflexión compartida y garantizar que el foco de atención se ponga en el proceso más que en los resultados. Hay que tener en cuenta, a la hora de planificar las actividades, la percepción subjetiva del tiempo (*kairòs*), que se acorta respecto al tiempo euclidiano (*cronos*) cuando existe una implicación creativa de las personas participantes en la actividad.

En el diseño de las actividades educativas de los museos, las personas que atienden al público en ocasiones se encuentran con espacios previamente diseñados sin atender a necesidades pedagógicas. En función de la actividad a realizar, estos espacios pueden resultar más o menos adecuados. Para elaborar creaciones propias manipulando objetos y técnicas en grupos, la disposición de un espacio preparado para cada fase de la actividad y la flexibilidad en la organización de este en diferentes momentos son aspectos a considerar que afectan tanto a la interacción entre el alumnado como a la elaboración de sus producciones.

En cuanto a las estrategias de mediación para el fomento de la creatividad, la calidad del aprendizaje mejora con educadores capacitados que adapten las actividades a los intereses y reacciones del público, promoviendo la conectividad entre conceptos históricos, culturales y artísticos. A partir de los resultados, se recomienda desarrollar estrategias pedagógicas innovadoras que se centren en las necesidades de los grupos en cuanto al espacio y al tiempo. En concreto respecto al espacio, es importante la interactividad entre la colección y el enfoque de taller, por ejemplo, mediante la habilitación de espacios en las salas para hacer actividades y puesta en común, como ocurre en el MPV. También es relevante disponer de un espacio para talleres que permita la manipulación de materiales y su elaboración en condiciones adecuadas, con mesas, sillas, pilas, agua, almacenaje, etc. En cuanto al tiempo, el equilibrio entre el tiempo disponible y el requerido por cada grupo, en función de sus características, es fundamental. En procesos creativos, la percepción subjetiva del tiempo se ve afectada. Una actividad que implique creativamente a las personas siempre se percibe como corta. No obstante, una actividad excesivamente pautada en cuanto al tiempo o compleja en su realización, si no cuenta con el tiempo necesario, produce sentimientos de frustración y desmotivación.

Se revela fundamental la interacción social y el aprendizaje grupal para la conectividad entre individuos y culturas. El trabajo colaborativo durante las visitas y talleres fomenta la creatividad al permitir la combinación de perspectivas y habilidades de sus participantes. Esto solo es posible si la gestión del espacio y el tiempo es la idónea para dar lugar a estos encuentros. Como acciones futuras de continuidad de este estudio se pretenden fomentar investigaciones sobre el impacto de experiencias inmersivas en contextos museales diversos.

AGRADECIMIENTOS

Esta investigación forma parte del proyecto DECHADOS, "Creatividad inclusiva en secundaria mediante la relación entre centros educativos y museos", con referencia PID2021-123007OB-I00, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España (MCIN/AEI/10.13039/ 501100011033) y por los fondos FEDER de la Unión Europea.

BIBLIOGRAFÍA

ALONSO-SANZ, Amparo (2011): "El uso de materiales didácticos de exposiciones por parte del profesorado y su adecuación a la visita al museo universitario". *Educación Artística Revista de Investigación*, 2, p. 19-22. https://doi.org/10.7203/eari.2.2494.

ALONSO-SANZ, Amparo; SÁNCHEZ, Bibiana; ALPÁÑEZ, David; MIRALLES, Lilia; NAVARRO, Remedios; BELTRÁN, Stefano; FAYA, Úrsula (2013): "Fotoensayos del Día Internacional de los Museos". *Invisibilidades, Revista Ibero-Americana de pesquisa em educaçao, cultura e artes,* 5, p. 52-65. https://doi.org/10.24981.16470508.5.6.

ALPÁÑEZ, David; NAVARRO, Remedios (2015): "Acciones educativas en torno a la colección del Museo de la Universidad de Alicante (MUA)". En Roberto Daniel Rivera Rivera e Isabel García Fernández (coords.): *Congreso Internacional Museos Universitarios. Tradición y futuro*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, p. 309-313.

AMABILE, Teresa M. (1983): *The social psychology of creativity*. Springer-Verlag. New York.

BEST, James W. (1981): *Cómo investigar en educación*. Morata, Madrid.

BEST, Kathy (2012): "Making museum tours better: Understanding what a guided tour really is and what a tour guide really does*". Museum Management and Curatorship, 27*(1), p. 35-52. https://doi.org/10.1080/09647775.2012.644695.

CALAF, Roser; FONTAL, Olaia (2007): "Metáforas para conceptualizar el patrimonio artístico y su enseñanza". En Ricard Huerta y Román de la Calle (coords.): *Espacios estimulantes. Museos y educación artística.* UPV, Valencia, p. 67-89.

CASTELLANOS, Nazareth (2022): *Neurociencia del cuerpo*. Kairós, Barcelona.

CHEN, Hui-Chuan; HO, Ming-Chyuan (2003): *"*New Strategies of Exhibition Design for a Natural History Museum*"*. En Akira Harada (ed.): *6th Asian Design Conference Environmental Science Art.* Science Council of Japan, Japón, p. 1-12.

CONSEJO DE EUROPA (2018): "Faro Convention Action Plan Handbook 2018-2019". *Culture and Cultural Heritage*. https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/faro-action-plan.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihály (1996): *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention*. HarperCollins, New York.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihály (2004): *Fluir. Una psicología de la felicidad*. Kairós, Barcelona.

DE LA IGLESIA MAYOL, Begoña; ROSSELLÓ-RAMON, Maria R. (2014): "Identificación de las barreras de acceso a la información, a la participación y al aprendizaje en el Museo Es Baluard". *Arte, Individuo y Sociedad,* 26(1), p. 21-39. https://doi.org/10.5209/rev_ARIS.2014.v26.n1.40147.

DEWEY, John (1916): *Democracy and Education.* Free Press, New York.

EVE MUSEOS (s.f.): "Estudios de comportamiento del visitante en el museo*". EVE Museos + Innovación*. https://evemuseografia.com/2018/08/08/estudios-de-comportamiento-del-visitante-en-el-museo/.

FALK, John H.; DIERKING, Lynn D. (2018): *Learning from Museums, visitor experiences and the making of meaning* (1ª ed., 2000). Altamira Press, California.

FORTEA CERVERA, Laura; RIPOLLÉS ADELANTADO, Eva; JUCHNOWICZ, Sara (2003): *De cara al pasado: programa de actividades didácticas.* Museu de Prehistòria, Diputaciò de València, Valencia. http://mupreva.org/pub/207.

GÓMEZ ALONSO, Rafael (2003): "El Museo: Espacio Creativo". *Revista ICONO 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes,* 1(2), p. 106-24. https://doi.org/10.7195/ri14.v1i2.456.

HALLMAN, Ralph J. (1963): "The necessary and sufficient conditions of creativity". *Journal of Humanistic Psychology, 3*(1), p. 14-27. https://doi.org/10.1177/002216786300300102.

HERNÁNDEZ CARDONA, Francesc X. (2005): "Museografía didáctica". En Joan Santacana Mestre y Núria Serrat Antolí (coords.): *Museografía didáctica*. Ariel, Barcelona, p. 23-61.

HUERTA, Rircard; JARDÓN-GINER, Paula (2023): "Museos para educar en creatividad". *Aula de Innovación Educativa,* 326, p. 29–33. https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=8954770.

HUERTA, Ricard; JARDÓN-GINER, Paula (eds.) (2025): *Museos en modo creativo*. Graó Educación, Barcelona.

JARAMILLO DE CARRIÓN, María Mercedes (2008): "Del *museum* al foro y al teatro dentro del parque: una propuesta para reflexionar". En Ministerio de Cultura (ed.): *Museos, educación y juventud: Memorias del V Encuentro Regional de América Latina y el Caribe sobre Educación y Acción Cultural en Museos CECA – ICOM.* Museo Nacional de Colombia, Red Nacional de Museo, Colombia, p. 8-13.

JARDÓN-GINER, Paula (2010): "La relación entre el pasado y el presente. Pensar qué futuro queremos conociendo la Prehistoria". *MARQ. Arqueología y museos*, 4, p. 151-160. https://www.marqalicante.com/Publicaciones/es/-P128.html.

JARDÓN-GINER, Paula; FORTEA CERVERA, Laura; RIPOLLÉS ADELANTADO, Eva; RIVERA BRISA, Raquel (2025): "Indagación colectiva y acción coordinada para la creatividad en el Museu de Prehistòria de València". En Paula Jardón y Ricard Huerta (eds.): *Dechados de creatividad en museos para Secundaria*. Octaedro.

JENKINS, Henry; PURUSHOTMA, Ravi; WEIGEL, Margaret; CLINTON, Katie; ROBISON, Alice J. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st Century*. The MIT Press, Massachusetts. https://doi.org/10.7551/mitpress/8435.001.0001.

JOHNSON, David W.; JOHNSON, Roger T. (2013): "The impact of cooperative, competitive, and individualistic learning environments on achievement". En John Hattie, Eric M. Anderman (eds.): *International handbook of student achievement.* Routledge, New York, p. 372-374.

MARCHÁN FIZ, Simón (1997): *Del arte objetual al arte de concepto* (1º edic. 1986), Akal, Madrid.

MINISTERIO DE CULTURA (2008): *Museos, educación y juventud: Memorias del V Encuentro Regional de América Latina y el Caribe sobre Educación y Acción Cultural en Museos CECA - ICOM*. Museo Nacional de Colombia, Red Nacional de Museos, Colombia.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTES (2013): *La experiencia de la visita al museo*. Conociendo a nuestros visitantes, Laboratorio permanente de público de museos, Madrid. https://www.ibermuseos.org/wp-content/uploads/2020/04/la-experiencia-de-la-visita-al-museo-esp.pdf.

MOHAJAN, Devahit; MOHAJAN, Haradhan K. (2023): "Families of Grounded Theory: A Theoretical Structure for Novel Researchers". *Studies in Social Science & Humanities*, 2(3), p. 56–65. https://doi.org/10.56397/SSSH.2023.03.08.

ORTIZ DE ZÁRATE, Natalia (2018): "Aún más calidad en las visitas a museos". *UNE. La Revista de la Normalización Española,* 5. https://revista.une.org/5/aun-mas-calidad-en-las-visitas-a-museos.html.

OLCINA DOMÉNECH, Manuel (2017): "El Museo Arqueológico Provincial de Alicante-MARQ". *Boletín del Museo Arqueológico Nacional*, 35, p. 2031-2046.

PIAGET, Jean (1996): *La Formación del símbolo en el niño*. Fondo de Cultura Económica, México.

PONCE DELGADO, Abel (2023): "Museos y estrategias de intervención para el estímulo del potencial creativo infantil". *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 10 (número especial 1), p. 143-160. https://revistas.uh.cu/revflacso/article/view/3558.

ROCA, Andrea (2008): "Los usos del tiempo en el espacio de un museo etnográfico*".* En Xavier Roigé, Esther Fernandez, Iñaki Arrieta (coords.): *El futuro de los museos etnológicos*, *consideraciones introductorias para un debate*. Ankulegi, San Sebastián, p. 231-236.

RAMÍREZ, Juan Antonio (dir.) (2001): *Historia del arte*. Alianza editorial, Madrid.

RIPOLLÉS ADELANTADO, Eva; FORTEA CERVERA, Laura (2004): "El patrimoni arqueològic com a font d'aprenentatge: tallers didàctics al jaciment de la Bastida de les Alcusses". *Archivo de Prehistoria Levantina,* XXV, p. 385-406. https://MPV.org/pub/767/va.

SERRAT ANTOLÍ, Núria (2005): "Acciones didácticas y de difusión en museos y centros de interpretación. Museografía didáctica". En Joan Santacana Mestre y Núria Serrat Antolí (coords.): *Museografía didáctica*. Ariel, Barcelona, p. 103-205.

STAKE, Robert E. (2013): "Estudios de casos cualitativos". En Norman K. Denzin y Yvonna Lincoln (coords.): *Las estrategias de investigación cualitativa.* Gedisa*,* España, p. 154-197.

TLILI, Anwar (2016): "Encountering the Creative Museum: Museographic creativeness and the bricolage of time materials", *Educational Philosophy and Theory*, 48(5), p. 443-458. https://doi.org/10.1080/00131857.2015.1031068.

TORRES CARCELLER, Andrés (2021): "La cocreación como medio de aprendizaje cooperativo. Un modelo de debate y creatividad en la formación de futuros maestros". *Tercio Creciente (Monográfico extraordinario V)*, p. 129-141. https://dx.doi.org/10.17561/rtc.extra5.5751.

VIDAGAÑ MURGUI, María (2019): "Estrategias educativas en los museos de Arte Contemporáneo". *DEDiCA. Revista de Educaçao e Humanidades,* 15, p. 121-133. https://doi.org/10.30827/dreh.v0i15.7980.

VYGOTSKY, Lev S. (1979): *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores.* Crítica, Barcelona.

WILLIAMS, Michael; MOSER, Tami (2019): "The art of coding and thematic exploration in qualitative research". *International Management Review,* 15(1), p. 45–55. http://www.imrjournal.org/uploads/1/4/2/8/14286482/imr-v15n1art4.pdf.