

LOS MUSEOS EN LA ERA DE LOS NATIVOS DIGITALES: NUEVOS VISITANTES, NUEVAS EXIGENCIAS, NUEVOS DESAFÍOS

Andrea Kolomenski¹

Margarita Valicente²

Ivana Fuentes³

Susana Ibáñez⁴

Noemí Josefina Gutiérrez⁵

Ana María Alejandra Martínez⁶

Universidad Nacional del Comahue

RESUMEN

El presente trabajo analiza el desarrollo de visitas guiadas interpretativas en museos cuyos visitantes pertenecen a la "generación de nativos digitales". Para ello se indagará ¿los museos adaptaron sus modelos de comunicación y difusión a la generación de nativos digitales?, ¿cómo debería ser una visita guiada destinada a esta nueva generación?, ¿será posible cumplir con los principios y bases conceptuales de la Interpretación del Patrimonio? Para desarrollar las ideas planteadas se abordará el rol que juega el avance tecnológico en la Interpretación del Patrimonio, las características de los Nativos Digitales/Generaciones Y-Z ó Generación Net y las nuevas formas de aprender y comunicarse de los Nativos digitales.

Palabras clave: Interpretación del patrimonio - Museos - Nuevas tecnologías.

ABSTRACT

This paper analyzes the development of interpretive guided tours in museums whose visitors belong to the "generation of digital natives." For it will ask do museums adapted their models of broadcasting ad communication to the generation of digital natives?How should be guided to this new generation? , will be possible to comply with the principles and conceptual foundations of the Heritage Interpretation? To develop the ideas raised the role played by technological advancement in the Heritage Interpretation, the characteristics of the Digital Natives/Generations Y-Z or Generation Net and new ways to learn and communicate Digital Natives will be addressed.

(1) Integrante Proyecto de Investigación "La Interpretación del patrimonio (IP) para la gestión social del territorio en el turismo y la recreación" e integrante del Centro de Estudios en Turismo, Recreación en Interpretación del Patrimonio (CETRIP) cetripunco@gmail.com

(2) Ídem anterior.

(3) Ibídem.

(4) Ibídem.

(5) Ibídem.

(6) Ibídem.

Keywords: Interpretation - Museums - ICTs.

INTRODUCCIÓN

En la realización de las actividades del proyecto de investigación *“La Interpretación del patrimonio (IP) para la gestión social del territorio en el turismo y la recreación”*, surgieron algunos interrogantes:

¿Cuáles son las características de la nueva generación de “Nativos Digitales”?

¿La relación entre Nativos digitales y las nuevas tecnologías generan nuevas formas de conocer, de informarse, de comunicarse?

¿Es factible utilizar la Interpretación del Patrimonio con los nativos digitales?

¿Qué rol juega el avance tecnológico para la IP?

¿Cómo se debe trabajar con esta nueva generación en una visita guiada interpretativa en un museo?

A continuación se desarrollan las ideas que se desprenden de los cuestionamientos planteados.

LOS AVANCES TECNOLÓGICOS Y SU INFLUENCIA EN LAS GENERACIONES

Los avances tecnológicos han configurado a las distintas generaciones a lo largo de la historia de la humanidad. Durante los siglos XX y XXI es donde la tecnología ha tenido un desarrollo creciente y acelerado; determinando diferentes formas de aprender, de comunicarse y de trabajar de las distintas generaciones, quienes cuentan con particularidades diferenciadoras en su vínculo con las tecnologías de la comunicación.

En la actualidad conviven cuatro generaciones principales: los tradicionalistas, los babyboomer, la generación X y la generación Y.

Es complejo establecer períodos temporales específicos para determinar cada generación debido a que no hay unanimidad entre investigadores, tanto en la denominación como en los intervalos de años donde encuadrarlas, pero coinciden en cuanto a la influencia de la historia vivida para diferenciarlos y sus características.

A los nacidos con posterioridad a 1980 se los ha denominado y clasificado de muchas maneras desde diversos campos de estudio tales como el management, la psicología, la pedagogía, la neurociencia. Son los nacidos con la globalización, la guerra del Golfo, ataques terroristas e Internet. En Argentina conocieron solo la vida democrática.

La denominación fue acuñada por Mark Prensky en el año 2001 en la que contrapone el término nativos digitales al de inmigrantes digitales, describiendo así a las generaciones nacidas con la masificación de la tecnología digital. Se sienten atraídos y son usuarios de la tecnología, en la cual se encuentran acostumbrados por inmersión a computadoras, videos y videojuegos, música digital, telefonía móvil, y otros entretenimientos y herramientas afines. No es

un hábito coyuntural sino que está llamado a prolongarse en el tiempo. No se interrumpe sino que se acrecienta, de modo que su destreza en el manejo y utilización de la tecnología es superior a la de sus profesores y educadores. Prensky(2001), plantea que diversas clases de experiencias conducen a diversas estructuras cerebrales, y a diversas formas de aprendizaje, generando una brecha digital y generacional que no puede ser ignorada.

En el año 2004, este autor, identifica 18 características que diferencia a los nativos digitales del resto de las generaciones (Capdevilla Domínguez, 2011). Estos nuevos usuarios enfocan su trabajo, el aprendizaje y los juegos de nuevas formas, absorbiendo rápidamente información multimedia de imágenes y videos, igual o mejor que si fuera texto; consumen datos simultáneamente de múltiples fuentes; esperan respuestas instantáneas; permanecen comunicados permanentemente y crean también sus propios contenidos. A los nativos digitales les encanta hacer varias cosas al mismo tiempo: son multitarea. Afrontan distintos canales de comunicación simultáneos, prefiriendo los formatos gráficos a los textuales. Utilizan el acceso hipertextual en vez del lineal. Funcionan mejor trabajando en red y prefieren los juegos al trabajo serio.

Por su parte, Alejandro Piscitelli, docente de la Universidad de Bs As y autor del libro "*Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva*", plantea que no todos los adultos son inmigrantes digitales, ni todos los jóvenes son nativos digitales. Sin embargo, en términos educativos, el desafío se da debido a las características propias y las exigencias que presenta esta nueva generación. Indica las siguientes particularidades a las cuales adaptarse por parte de las generaciones que los anteceden:

1.- Los jóvenes de hoy dominan los medios de producción digital, crean, comparten y se relacionan siendo la Internet para ellos un espacio de socialización y de construcción de identidad. Espacio en el cual los acompañantes no deben estar ajenos.

2.- Los nativos digitales aman la velocidad cuando de lidiar con la información se trata. Les encanta hacer varias cosas al mismo tiempo, y todos ellos son multitasking y en muchos casos multimedia.

3.- Prefieren el universo gráfico al textual.

4.- Eligen el acceso aleatorio e hipertextual a la información en vez de lineal, propio de la secuencialidad, el libro y la era analógica.

Funcionan mejor cuando operan en red, y lo que más aprecian es la gratificación constante y las recompensas permanentes.

Los inmigrantes digitales no admiran la TV, no valoran la capacidad de hacer varias cosas al mismo tiempo, propia de los milenaristas, detestan los videojuegos (por difíciles, no por estúpidos), tienen problemas de todo tipo para fundirse en interfaz con la computadora o para sacarle el juego a sus múltiples funcionalidades sin pedirle antes permiso a un dedo para usar el otro.

LA INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO.

Morales Miranda y Guerra Rosado (1996), definen a la Interpretación del Patrimonio como *“el arte de revelar in situ el significado del legado natural o cultural, al público que visita esos lugares en su tiempo libre”* (Adoptada por la Asociación para la Interpretación del Patrimonio en el año 2002).

La *Interpretación del Patrimonio* comprende un proceso creativo de comunicación, que conecta al visitante con el lugar visitado, desde el conocimiento, la experiencia y las emociones.

Una interpretación efectiva requiere un conocimiento elaborado sobre las personas a las cuales va dirigido el mensaje, de manera que los significados apropiados puedan utilizarse para incrementar los intereses y transmitir la información. El conocer a la audiencia permitirá conocer las necesidades de movilidad, información, atención, comprensión y desplazamiento de las personas a quienes va orientada la interpretación. Los medios y técnicas de interpretación que se utilicen, deberán ser variados y adecuados a los destinatarios, a partir de las características que estos reúnen.

Si se contempla la posibilidad de desarrollar la Interpretación del Patrimonio con un público como los nativos digitales, se pone en juego el hecho de utilizar nuevas herramientas, como la tecnología, para que este proceso se lleve a cabo con éxito.

Esta nueva manera de relacionarse con el patrimonio no debe perder de vista los principios planteados por Freeman Tilden:

1. cualquier interpretación que de alguna forma no relacione lo que se muestra o describe con algo que se halle en la personalidad o en la experiencia del/de la visitante, será estéril.

2. la información, tal cual, no es interpretación. La interpretación es revelación basada en información, aunque son cosas completamente diferentes. Sin embargo, toda interpretación incluye información.

3. la interpretación es un arte, que combina otras muchas artes, sin importar que los materiales que se presentan sean científicos, históricos o arquitectónicos. Cualquier arte se puede enseñar en cierta forma.

4. el objetivo principal de la interpretación no es la instrucción, sino la provocación.

5. la interpretación debe intentar presentar un todo en lugar de una parte, y debe estar dirigida al ser humano en su conjunto, no a un aspecto concreto.

6. la interpretación dirigida a niños y niñas (digamos, hasta los doce años) no debe ser una dilución de la presentación a las personas adultas, sino que debe seguir un enfoque básicamente diferente. Para obtener el máximo provecho, necesitará un programa específico.

Actualmente, la posibilidad de acceder a la información utilizando diversos elementos como tablets, Smartphone, código QR, brindan la oportunidad de acercar el patrimonio a todo el público. Si bien estos medios no deben ser un fin en sí mismo, lo importante a lograr es que el mensaje que se pretenda

revelar sea significativo y llegue al destinatario, porque de nada serviría implementar nuevas tecnologías sin tener en cuenta que el visitante debe darle un sentido al lugar que visita, a través de una experiencia enriquecedora y gratificante.

LOS MUSEOS Y LOS NATIVOS DIGITALES

La definición de museo ha evolucionado a lo largo del tiempo en función de los cambios de la sociedad. Desde su creación en 1946, el ICOM (Consejo Internacional de Museos) actualiza esta definición para que corresponda con la realidad de la comunidad museística mundial.

En la actualidad, la definición referencia dentro de la comunidad mundial es la adoptada conforme a los estatutos del ICOM durante la 22ª Conferencia general de Viena (Austria) en 2007: *“Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo.”*

Así como el concepto de museo evolucionó, también lo hizo el concepto de museología como ciencia.

Según Calvo Serraler la Museología crítica surge de la crisis constante del concepto de museo como espacio de interacción entre el público y una colección, y como consecuencia de una política cultural.

La museología crítica, a diferencia de la museología tradicional, busca formar una ciudadanía más abierta a expresar su opinión, destacándose en una posición reflexiva y emancipadora de un pasado donde, hasta ahora, dicho público se limitaba a aceptar lo que se le decía qué era arte y qué no.

Se le otorga al visitante de museos, un rol preponderante, a partir del cual, se diseña el espacio museográfico de manera tal que la información que se brinde sea más accesible, dinámica, entretenida y adecuada a las diferentes edades, niveles de educación, intereses, etc.

Woollard (2007) observa que durante los dos últimos decenios, los museos han concedido una importancia cada vez mayor a las necesidades y a los deseos de los visitantes. Esto se debe a que en la actualidad, muchas diversiones alejan a los visitantes de los museos, por consiguiente, hay que lograr un público fiel y estimular las visitas a los museos. El número creciente de visitantes es un signo de éxito aproximado, pero innegable. Si perdura, explicará la satisfacción del público. Manteniendo como propósito la responsabilidad social y el fortalecimiento de la identidad nacional y cultural.

Agrega que un museo que pone en primer plano a sus visitantes debe, tomar consciencia del tipo de público que recibe en realidad (visitantes reales) y del que trata de atraer (visitantes potenciales).

Si un museo cuenta con un sitio de Internet dispondrá también de un público virtual. Los visitantes virtuales se relacionan con el museo cuando visitan su sitio, le escriben o hacen un pedido a la tienda del mismo. Internet permitió

sensibilizar al público al estimularlo a visitar el museo. Para los que piensan realizar una visita, un sitio Web bien concebido es un excelente medio para prepararla con antelación.

Brüninghaus-Knubel, plantea que el museo aporta un valor añadido al sistema educativo del cual es uno de los componentes no formales. Amplía el horizonte de la enseñanza formal, al ofrecer medios para aprender, distraerse y discutir.

Dentro de los métodos recomendados para captar mejor el sentido de un objeto de museo se clasifican según el tipo de destinatario. Los dedicados a destinatarios pasivos, el proceso de aprendizaje pasa por el pensamiento, la percepción, el estudio y el reconocimiento.

Otros métodos estimulan al visitante a participar activamente en el estudio de una colección, una presentación o un objeto cultural mediante la investigación o una actividad de orden social, técnica o estética.

Si se piensa a la generación de los nativos digitales, como posibles visitantes de un museo, se debe tener en cuenta que éstos son destinatarios a los cuales cuesta atraer. Básicamente la presencia de adolescentes/jóvenes en un museo suele reducirse a las visitas grupales organizadas por establecimientos educativos a los cuales asisten.

Gómez Vilchez (2007), plantea que al observar a un grupo de jóvenes en un museo, es fácil percatarse de que les cuesta mantener la atención durante mucho tiempo en una sola cosa y tienden a diversificar su centro de interés. Cuando realizan visitas guiadas acompañados de sus docentes, éstos tienen que realizar un importante esfuerzo para evitar que se evadan de la explicación general.

Los museos no resultan interesantes para una elevada proporción de jóvenes, porque la generación de los nativos digitales tiene más predisposición para la acción que para mantenerse atentos escuchando una explicación o solamente contemplando objetos.

Estas características de los destinatarios, sumado a que generalmente en los museos, las visitas guiadas carecen de elementos que las conviertan en atractivas, dinámicas y motivadoras terminan convirtiendo al museo en un espacio totalmente ajeno a los intereses de esta generación. Gran parte de las actividades que se realizan están hechas únicamente desde el punto de vista de los inmigrantes/analfabetos digitales consideran apropiado, pero que no siempre tiene relación con lo que verdaderamente interesa a los nativos.

Gómez Vilchez (2007), propone que *"...es necesario implementar modelos dinámicos y abiertos, adaptados a sus intereses y capaces de motivarlos. La visita al museo debe conjugar el aprendizaje con una mediación didáctica óptima entre los objetos expuestos y el público al que va destinado. En el caso de Nativos Digitales esta intermediación debe hacerse utilizando sus mismos códigos y usando sus mismos medios, pues de nada sirve un mensaje muy elaborado sino se utiliza para transmitirlo el canal correcto"*.

Es importante que los museos incorporen actuales formas de comunicarse

y motivar a este tipo de público a través de nuevas tecnologías, ya que a partir de la experiencia se logrará la construcción del propio conocimiento.

TECNOLOGÍA DE SOPORTE PARA LA IP EN MUSEOS

Los museos en general han comenzado a buscar un equilibrio entre lo arquitectónico y lo virtual esbozando así nuevos entornos entre el arte y la interactividad.

El uso de las TICS (Tecnologías de la Información y Comunicación) como un recurso adicional en la interpretación del patrimonio, favorece la visita y enriquece la experiencia de los visitantes.

En el museo se presentan dos espacios, el físico y el de la red de comunicaciones, que se potencian entre sí con la utilización de contenidos multimedia.

Para Carreras (2005) en el espacio físico las tecnologías acostumbran a aportar mayor información sobre los objetos y temas de las colecciones, tanto en espacios como quioscos interactivos⁷ o agendas PDA⁸ (actualmente reemplazadas por los Smartphone), que vendrían a sustituir las audio guías.

La utilización de artefactos interactivos abre un abanico de recursos didácticos que van más allá de la mera observación de objetos. En museos de ciencia y tecnología sirven para simular la realidad y explicar conceptos y fenómenos naturales de manera realista. La aplicación de la realidad aumentada (o virtual) permite, en museos de historia y arqueología, reconstruir espacios arquitectónicos ya perdidos, contextualizar objetos y entornos e incluso incorporar personajes y ambientes que hacen más humana la reconstrucción.

El mencionado autor plantea que *"...si bien la tecnología aparece también en el espacio físico del museo a través de quioscos, salas de proyección, aplicaciones ubicuas o interactivas de varios tipos, uno de los cambios más importantes se observa con el desarrollo de la red de comunicaciones, Internet. El desarrollo de este nuevo medio de comunicación, supone nuevas posibilidades y relaciones en el sistema de comunicación, modificando el mensaje en función, sobre todo, de los nuevos receptores del mismo, el público virtual.*

Tampoco existen barreras geográficas, cualquier persona, esté donde esté, podrá acceder a los recursos virtuales en Internet, por lo tanto el público de la institución deja de ser preferentemente local, y adquiere una dimensión global. Este hecho obliga a pensar los contenidos de una forma distinta, ya que se debe pensar en el contexto cultural de dónde proceden estos nuevos visitantes, para que puedan entender el mensaje. Puede que este nuevo público global nunca acceda a la institución física debido a la distancia, pero no

(7) Un quiosco interactivo es una computadora situada en lugar público que permite a los usuarios realizar múltiples acciones. También se utiliza como herramienta de información y marketing para las empresas. En el presente, los quioscos interactivos a menudo tienen pantallas táctiles. Tienen como objetivo presentar una interfaz amistosa y de fácil interacción que facilite su utilización por cualquier tipo de usuario.

Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Quiosco_interactivo

(8) PDA, del inglés personal digital assistant, asistente digital personal, computadora de bolsillo, organizador personal o agenda electrónica de bolsillo, es una computadora de mano originalmente diseñada como agenda personal electrónica (para tener uso de calendario, lista de contactos, bloc de notas, recordatorios, dibujar, etc.) con un sistema de reconocimiento de escritura. Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/PDA>

por ello pueden ser usuarios potenciales de todos los servicios virtuales que el centro pueda ofrecer.”

En ese nuevo espacio comunicacional, gracias a la Internet es posible relacionarse con el público de una manera más fluida y como medio para fidelizar y conocer las preferencias de los visitantes. Al respecto, el autor señala, [...] *todas las posibilidades que ofrece Internet son especialmente relevantes para instituciones de dimensiones pequeñas o medianas, ya que permite una visibilidad del centro, sus colecciones y actividades que difícilmente se podrían conseguir por medios convencionales. Los costes relativamente reducidos de estas aplicaciones virtuales facilitan la equiparación de los centros, si bien siempre las grandes instituciones (museos, bibliotecas y archivos nacionales) tendrán una cierta ventaja sobre el resto. Para algunos autores, la creación de recursos virtuales en centros de pequeño tamaño puede convertirse en una necesidad, si no consiguen aparecer en la red, tal vez en el futuro serán invisibles. La presencia de estos pequeños museos en Internet es necesaria para su supervivencia, ya que los que existan en la red tienen asegurada su “memoria”, por el contrario aquellos que no estén presentes pueden ser condenados al “olvido”].*

En los proyectos multimedia para la difusión del patrimonio, para Carreras, (2005) se conjugan intereses diversos, como el de crear materiales educativos para estudiantes, la preservación de los objetos o espacios patrimoniales, y accesibilidad para cualquier tipo de público. En este sentido, la Internet ha permitido que museos más pequeños puedan utilizar la tecnología para proporcionar visibilidad a sus recursos, y por lo tanto, promocionar su turismo cultural. En relación a la educación no formal que ofrecen los museos, deben combinar el entretenimiento con el aprendizaje, ya que la visita se realiza en el tiempo personal de ocio. Es con este objetivo que deben desarrollarse los espacios virtuales, especialmente las exposiciones. Pero para poder implicar al visitante y delinear las estrategias comunicativas para transmitir el patrimonio, es necesario conocerlo.

El autor señala que existen tres tipos de estrategias: la estética, la pedagógica y la lúdica. *“La estética supone la mera presentación del objeto, por lo tanto incita a la contemplación personal; la modalidad pedagógica tiene como objetivo la transmisión de saber; mientras que la lúdica traslada al visitante a un mundo de ficción en que él es el actor principal. Estas mismas estrategias crean en el visitante una imagen del museo que pueden convertirse en un “museo-templo” (un lugar de culto), el “museo-escuela” (un lugar de aprendizaje) y el “museo-lúdico” (un lugar de diversión). Esta finalidad educativa y de entretenimiento modifica la forma en que se presenta el patrimonio, se debe plantear en función de las necesidades de los visitantes, y sus perfiles (escolares, universitarios, especialistas, turistas). Normalmente, en las instituciones del patrimonio se realizan actividades concretas o explicaciones a medida a través de guías, que favorecen el aprendizaje de procesos. Existen al menos tres formas de presentar el contenido que se desea aprender:*

Simbólica: forma de transmitir abstracciones a través de la palabra o la escritura. En este caso el sujeto-aprendiz es pasivo.

Icónica: forma de aprendizaje concreta a través de material visual (cuadros, dibujos, películas), también en este caso el sujeto es pasivo.

Activa: forma de aprendizaje a través de objetos, situaciones o personas (conferencia, demostración, escenificación). Se aprende a través de la experimentación interactiva."

En el mercado se ofrecen soluciones interactivas, móviles y multimedia específicamente para los museos. En los espacios físicos, la tecnología que se puede incorporar consiste en: pantallas interactivas, mesas interactivas multitouch⁹, pantallas táctiles, tótems táctiles, suelos táctiles¹⁰, además de los clásicos plasmas, LCD, PC., etc. En los espacios virtuales es posible la comunicación por intermedio de la Internet y las redes sociales. En cuanto a la tecnología móvil, admiten la utilización de las APP, los códigos QR, los códigos vía GPS, las balizas informativas Bluetooth¹¹, los tags Wi-fi. Guías turísticas y audio guías. Además, los contenidos multimedia que los complementan son los videos turísticos, las infografías en 3D (monumentos, recreación de espacios virtuales, renders¹²), espacios virtuales en 3D Y Tours 360°.

Por lo tanto, los nativos digitales buscan nuevas experiencias para aprender, se conectan de manera distinta con la información recurriendo a todas las alternativas posibles que tienen al alcance de la mano, por ello es necesario que los museos incorporen nuevas tecnologías para lograr que esta generación sea parte del público que visita los museos.

El aporte de las nuevas tecnologías facilitaría la interacción del público con el objeto. Si se tienen en cuenta sus intereses y a su vez existe una manera fácil, entretenida e inmediata de acceder a la información se motivará a la construcción del propio conocimiento a partir de sus propias experiencias.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Asociación para la Interpretación del Patrimonio (AIP). "Definiciones", [en línea]. Consultado: [abril de 2015] Disponible en: <http://www.interpretaciondelpatrimonio.org>.

(9) Permite interactuar con los contenidos digitales de la misma forma que se interactúa con fotos, pinturas o música: con las manos y con gestos. Admite varios usuarios y está diseñada para fomentar la colaboración, la participación y el aprendizaje dirigido por los estudiantes

(10) El sistema de suelo interactivo multipunto consiste, como configuración básica, en un sensor de alta sensibilidad, un PC básico, un proyector profesional, una alfombra y por último, una aplicación específica de software que actúe como interfaz. Una de sus ventajas es que permite detectar varios usuarios simultáneamente, interactuando con el suelo. Esto provoca el impacto ya que aparte de poder interactuar con el sistema, los usuarios pueden interactuar entre ellos. La interactividad cambia la percepción del usuario, de ver, pasa a tocar y a prescribir. Si es importante ser visto, más importante aún es que participen de la experiencia.

(11) Esta práctica supone una forma más económica de lanzar sus mensajes, que el envío de mensajes cortos SMS/MMS, cuyo coste es bastante más elevado en relación a los bytes enviados. Esta tecnología garantiza la recepción de sus mensajes por parte de todos los receptores que se encuentren dentro de un radio de 100 metros de los establecimientos; lo que permite abrir un nuevo mundo de posibilidades para interactuar y compartir información con los posibles clientes.

(12) El Render es una imagen digital que se crea a partir de un modelo o escenario en 3D realizado en algún programa de computadora especializado, cuyo objetivo es dar una apariencia REALISTA desde cualquier perspectiva del modelo. Fuente: <http://www.arqing-mexico.com/renders/qu%C3%A9-es-un-render/>.

com/index.php/definiciones

- Bernal Bravo, C y Barbas Coslada, A. (2012) "Una generación de usuarios de medios digitales." Universidad de Almería. [en línea] Consultado: [10 de julio de 2015]. Disponible en: https://jenydreher.files.wordpress.com/2012/05/articulo_angel_cesar_2010_24_07.pdf
- Brüninghaus-Knubel, C. (2007) "La misión educativa del museo en el marco de las funciones museísticas" en "Como administrar un museo: Manual Práctico. 2007" UNESCO. [en línea] Consultado: [20 de julio de 2015]. Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/images/0014/001478/147854s.pdf>
- CapdevillaDomínguez, D. (2011) "Los retos de la era de las Tics: nativos digitales contra inmigrantes" COMUNICACIÓN Y MEDIOS n. 23. ISSN 0719-1529. pp. 23-36. Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile. [En línea] Consultado: [14 de julio de 2015]. Disponible en: <http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/download/26336/27637>
- Calvo Serraler, F. (2004) "La crisis actual de los museos" en Galería Antiquaria. pp. 34-38.
- Carreras, C (2005) "El estudio sobre el impacto de las nuevas tecnologías en el público de los museos" Revista de los museos de Andalucía mus-A, año 3, n° 05. [en línea] Consultado: [20 de julio de 2015]. Disponible en: www.juntadeandalucia.es/.../museos/media/docs/PORTAL_musa_n5.pdf
- Carreras, C. (2005) "Los proyectos de educación en museos a través de las nuevas tecnologías" Revista de los museos de Andalucía mus-A, año 3, n° 05. [En línea] Consultado: [20 de julio de 2015]. Disponible en: www.juntadeandalucia.es/.../museos/media/docs/PORTAL_musa_n5.pdf
- Chirinos, N. (2009). "Características generacionales y los valores. Su impacto en el laboral". Observatorio Laboral Revista Venezolana, Julio-Diciembre. [En línea] Consultado: [14 de julio de 2015]. Disponible en: dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3094513.pdf
- Daniel Cassany y Gilmar Ayala. (2008) "Nativos e inmigrantes digitales en la escuela." Estudios e investigaciones Universitat Pompeu Fabra (Barcelona). [en línea]. Consultado: [12 de agosto de 2012]. Disponible en: <http://www.mecd.gob.es/revista-cee/pdf/n9-ayala-gilmar.pdf>
- Gómez Vilchez, Mª Soledad (2007) "Museos para la generación E". Disponible en <http://mediamusea.com>.
- Guillebaud, Jean-Claude (2001)" ¿El humanismo en vías de desaparición?". Artículos. El Dipló. Número 26 -. En Línea: www.insumisos.com
- Honneth, Axel (1993) "Teoría Crítica". En: GUIDDENS, Anthony y TURNER, Jonathan. La Teoría Social, hoy. Madrid: Ed. Alianza.
- <http://www.tecnomuseo.es>
- I-COM (2007) "Conceptos claves de museología". [En línea] Consultado: [16 de julio de 2015]. Disponible en: <http://icom.museum/normas-profesionales/conceptos-claves-de-museologia/L1/>
- ICOM (2010) "Conceptos claves de museología". [En línea] Consultado: [16 de julio de 2015]. Disponible en: <http://icom.museum/normas-profesionales/conceptos-cla>

[ves-de-museologia/L/1/](#)

- Marqués, S.; Sánchez Montes, A. (2007) "Las nuevas tecnologías aplicadas a la didáctica del patrimonio" ponencia presentada en el curso: Claves para una interpretación educativa del patrimonio artístico de las ciudades, celebrado en el Centro Internacional de Estudios Históricos Cisneros (UAH) en Alcalá de Henares en Julio de 2007." (en línea) Última consulta 15 de julio de 2015 Disponible en: www.dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2750852.pdf.
- Morales Miranda, J y Ham, S. (2008) "¿A qué interpretación nos referimos?". [En línea]. AIP, Boletín nº 19, Consultado: [12 de mayo de 2012] Disponible en:<http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/index.php/boletin-de-interpretacion/40-ediciones/85-indice-boletin-19>
- Morales Miranda, Jorge y Ham, Sam H. (2008)"¿A qué interpretación nos referimos?". AIP, Boletín nº 19, [en línea] Consultado: [12 de mayo de 2012] Disponible en: <http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/index.php/boletin-de-interpretacion/40-diciones/85-indice-boletin-19>
- Peirano de Barbieri, A.(s/fecha) "La convivencia de diferentes generaciones. Una ecuación difícil de resolver". [En línea] Consultado: [10 de julio de 2015]. Disponible en: <http://www.ucema.edu.ar/rrhh2008/download/barbieri.pdf>
- Pressky, Marc (2004) "La emergente vida on line de los nativos digitales: Que hacen diferente a causa de la tecnología y cómo lo hacen" (trans. Lic. Prof. ----Mara V. Osés.). [En línea] Consultado: [04 de Agosto de 2012] Disponible en: https://docs.google.com/document/edit?id=1oNa3AZW_jXq6t7-rciyStHIZ4ShBpJcJXHdnlal08
- Rodríguez Segura, E. y Peláez García, M.A. (2010) "La convivencia de diferentes generaciones en la empresa; Compatibilización y liderazgo integral". 4th International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management. Donostia- San Sebastián.[en línea] Consultado: [16 de julio de 2015]. Disponible en:http://adigor.es/congresos/web/uploads/cio/cio2010/BUSINESS_ADMINISTRATION/160-170.pdf
- Woollard, V.(2007) "Acogida a los visitantes" en "Como administrar un museo: Manual Práctico. 2007" UNESCO. [En línea] Consultado: [20 de julio de 2015]. Disponible en: unesdoc.unesco.org/images/0014/001478/147854s.pdf