

EDUCACIÓN, CREATIVIDAD E INTELIGENCIA ARTIFICIAL: NUEVOS HORIZONTES PARA EL APRENDIZAJE. ACTAS DEL VIII CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE APRENDIZAJE, INNOVACIÓN Y COOPERACIÓN, CINAIC 2025

María Luisa Sein-Echaluce Lacleta, Ángel Fidalgo Blanco y Francisco José García Peñalvo (coords.)

1ª Edición. Zaragoza, 2025

Edita: Servicio de Publicaciones. Universidad de Zaragoza.



Servicio de
Publicaciones
Universidad Zaragoza

EBOOK ISBN 978-84-10169-60-9

DOI 10.26754/uz.978-84-10169-60-9



Esta obra se encuentra bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento – NoComercial (ccBY-NC). Ver descripción de esta licencia en <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Referencia a esta obra:

Sein-Echaluce Lacleta, M.L., Fidalgo Blanco, A. & García-Peñalvo, F.J. (coords.) (2025). *Educación, Creatividad e Inteligencia Artificial: nuevos horizontes para el Aprendizaje. Actas del VIII Congreso Internacional sobre Aprendizaje, Innovación y Cooperación. CINAIC 2025 (11-13 de Junio de 2025, Madrid, España)*. Zaragoza. Servicio de Publicaciones Universidad de Zaragoza. DOI 10.26754/uz.978-84-10169-60-9

DECHADOS, creatividad inclusiva en las visitas a museos

DECHADOS, inclusive creativity in museum visits

Ricard Huerta
Ricard.Huerta@uv.es

Instituto de Creatividad e Innovaciones Educativas
Universitat de València
València, España

Resumen- Desde el proyecto DECHADOS elaboramos una investigación para analizar el potencial fomento de la creatividad a través de las visitas a museos. Un aspecto que nos interesa es la estética del museo y cómo las visitas pueden convertirse en un proceso de conocimiento de las posibilidades creativas que esconden los propios espacios museísticos. Estudiamos la creatividad inclusiva, teniendo muy en cuenta el papel que juega en este entorno de aprendizaje la igualdad y la diversidad, habiéndonos centrado en el alumnado y el profesorado de Educación Secundaria. Investigamos asimismo el vínculo que existe entre los centros educativos y los museos, a través de la observación de las experiencias, y también preguntando a los colectivos implicados. Consideramos que el nivel de creatividad del alumnado de secundaria puede mejorarse aprovechando las visitas a museos, y valoramos cada experiencia. Intentamos descubrir las muestras (*dechados*) o ejemplos de buenas prácticas en las visitas a museos.

Palabras clave: educación secundaria, creatividad, museos, formación del profesorado, proyecto Dechados.

Abstract- From the DECHADOS project we develop research to analyse the potential promotion of creativity through visits to museums. One aspect that interests us is the aesthetics of the museum and how visits can become a process of learning about the creative possibilities hidden in the museum spaces themselves. We study inclusive creativity, taking into account the role that equality and diversity play in this learning environment, focusing on secondary school students and teachers. We also investigate the link that exists between educational centres and museums, through the observation of experiences, and also by asking the groups involved. We consider that the level of creativity of secondary school students can be improved by taking advantage of visits to museums, and we value each experience. We try to discover samples (*dechados*) or examples of good practices in visits to museums.

Keywords: Secondary School, Creativity, Museums, Teacher Training, Dechados Project.

1. INTRODUCCIÓN

Con nuestra investigación a través del proyecto DECHADOS pretendemos revisar lo que estamos haciendo para fomentar la creatividad entre las generaciones más jóvenes, centrándonos en las visitas a museos y en las edades que comprenden la educación secundaria obligatoria y el bachillerato. Es importante que abordemos estas cuestiones ya que las pruebas del Programme for International Student Assessment (PISA) incorporan desde la última edición la creatividad como un aspecto a destacar en su barómetro de

calidad de las aplicaciones educativas entre los países desarrollados. En el contexto español, la educación formal está muy pendiente de la transferencia de información y conocimiento, algo que suele ir en detrimento de la formación del pensamiento creativo. La educación artística en las distintas etapas educativas es una prueba de ello, puesto que se confirma la falta de interés por parte del currículo oficial. La educación artística, uno de los pilares del fomento de la creatividad en el ámbito educativo, se encuentra en una situación precaria desde hace décadas, habiendo disminuido su presencia en los últimos años, provocando la práctica ausencia de esta materia en el aula. Esto debe tenerse en cuenta en relación con el desinterés por la creatividad que se observa en las políticas educativas. Atendiendo a una situación desfavorable, nuestro planteamiento consiste en promover la formación en creatividad por parte del alumnado. En el presente estudio nos centramos en el alumnado de secundaria y en cómo fomentar su creatividad durante las visitas a museos.

Los museos son instituciones muy valiosas para la educación de las nuevas generaciones. Constituyen importantes escaparates del patrimonio. Cada museo es consciente de su papel como estandarte de la institución que representa. Las obras de un museo transmiten el espíritu de la propia institución, las piezas de cada museo nos ayudan a detectar hasta qué punto el diseño de los espacios se convierte en publicidad de la marca a la que pertenece (colección privada, ayuntamiento, gobierno autonómico, ministerio). Con el Proyecto Dechados nos planteamos analizar de qué modo se implementa la creatividad en las visitas a las instalaciones del museo, haciendo especial hincapié en las visitas organizadas con alumnado de secundaria. En este sentido, un aspecto importante a destacar es la relación que existe entre los centros de educación secundaria y los museos. El objetivo del estudio se establece especialmente en la observación de las visitas, intentando averiguar si este tipo de actividades fomenta la creatividad del alumnado participante.

Estudiamos los museos como entornos patrimoniales, conociendo el potencial expresivo que comprenden los diferentes elementos constructivos y compositivos de sus instalaciones, así como el diseño elaborado para mostrar las colecciones al público visitante. La decoración de las zonas interiores y el diseño de los espacios se convierte sin duda en una fuente de conocimiento estético para los visitantes adolescentes más jóvenes (Davis, Tuckey, Gwilt & Wallace, 2023). Cuando se visitan museos, se produce un proceso educativo tanto en cuanto al motivo de la visita en sí, como a

todos los estímulos culturales y estéticos que recibe todo visitante durante su estancia. Desde una perspectiva de investigación basada en las artes, analizamos aspectos como la arquitectura, los espacios, la interpretación, el diseño de la señalética, los elementos ornamentales, la decoración interior y el aspecto formal de cada institución (Kuhnke & Jack-Malik, 2022). Entre los resultados de la investigación, destaca el impacto que tiene el diseño de estos entornos en sus visitantes, así como el valor implícito de las políticas de comunicación de cada museo.

La imagen del museo comienza con la publicidad que consumimos, especialmente online (Han, 2022). Cuando se trata de ciudades turísticas como Valencia, la información se produce predominantemente a partir de campañas institucionales y operadores turísticos. El turismo está cambiando considerablemente el uso que hacemos de los paisajes urbanos, incluido el estilo de vida de los residentes, dado que existe una división cada vez mayor entre los espacios construidos y las personas que los utilizan. El ejemplo actual de ciudadanía es una mezcla del turista, el nativo, el recién llegado, que intercambian costumbres y conviven pacíficamente, alimentando así un *feedback* beneficioso.



Figura 1. Pasillo del Museo Fallero de València. Fotografía: Ricard Huerta

Cada museo desarrolla su imagen en función de los elementos que decide resaltar, normalmente el edificio, la arquitectura, sus piezas emblemáticas, la empresa patrocinadora. En lo referido a visitas a museos por parte de grupos de estudiantes, recomendamos una visita previa al espacio museístico por parte del docente responsable del grupo, de modo que pueda familiarizarse con el lugar y prepararse para la actividad académica que se va a desarrollar. Así, es recomendable que, a partir de una primera observación de la web, abordemos cuestiones de diseño, de espacios, de entornos, de color y texturas, de distribución de las obras o de accesibilidad e inclusión. La información, la estructura y las relaciones que se establecen a través de los contenidos de la web deben ser percibidas por los usuarios tanto a nivel gráfico como programático (Wang, Dai & Liao, 2023). Las instrucciones que se proporcionan para explicar el contenido no deben centrarse únicamente en características de tipo estético. Cualquier diseño debe presentar una adecuada relación de contraste mínimo entre aspecto y fondo, y también entre elementos que interactúan. En nuestro estudio iniciamos el análisis mediante una revisión de la web de cada institución.

Un museo puede ofrecer experiencias que inspiren la creatividad a través del uso del espacio, el diseño y el color, en particular a partir de la forma como se ofrecen dichos elementos: textos en vinilos montados en paredes, vallas publicitarias, señalética, información sobre los objetos. Se trata de ofrecer un ambiente agradable y relajado, construyendo un espacio confortable donde cada visitante pueda sentirse a gusto (Lobovikov-Katz, 2019). Nos encontramos en un lugar donde podemos aprender, no solo sobre arte, arqueología o diseño, sino también a través del contacto con otras personas, generando reflexiones que nos permitan considerar aspectos como el respeto a la diversidad, la sostenibilidad o el uso adecuado de los recursos. Este tipo de reflexiones nos hacen más creativos como personas, y nos animan a compartir experiencias. El aspecto que ofrece un museo puede favorecer un nivel de lectura muy simple, como ocurre con los museos convencionales [Fig. 1], o bien alimentar un deseo de aprender y observar, algo que resulta muy evidente en aquellos museos que se preocupan por incitar a sus públicos visitantes hacia nuevos planteamientos estéticos y discursivos. Serán este tipo de museos los que favorecerán la creatividad entre sus usuarios.

2. CONTEXTO Y DESCRIPCIÓN

Utilizamos como metodología los estudios de caso de corte cualitativo, basada en un modelo de observación participante (Yin, 2009) que fomenta acciones que puedan favorecer el incremento de la creatividad en los y las estudiantes de secundaria en un proceso de investigación que valore lo que se hace durante las visitas a los museos. Hibridamos metodologías, incorporando la metodología de Investigación Basada en las Artes. Esta segunda dimensión está, sobre todo, en las imágenes que aportamos, que no son exactamente fotografías para “ilustrar” la indagación, sino que están conectadas con un discurso visual, paralelo al discurso escrito (Huerta & Rodríguez, 2025).

Los objetivos de la investigación son: analizar los elementos de diseño en los diferentes museos seleccionados; desarrollar competencias relacionadas con la educación y la creatividad; averiguar cómo podemos utilizar las visitas a museos para estimular la creatividad entre el alumnado de Secundaria; implementar visitas a la página web del museo para preparar las visitas. Con todo ello pretendemos crear una nueva perspectiva sobre el museo y desarrollar oportunidades para programar prácticas creativas en los entornos educativos, tanto formales como informales.

Desde una perspectiva internacional, atendiendo a cuestiones sociales, Eleanor S. Armstrong es partidaria de incorporar la inclusión al espacio museístico mediante recorridos que creen una perspectiva excéntrica, implementando actividades de investigación que compartan métodos científicos, como es el caso de la perspectiva de ciencia, tecnología, ingeniería, matemáticas y medicina (STEM), que puede beneficiar al visitante desarrollando conocimiento científico (la autora se centra en los museos de ciencia), es decir, teorizando al mismo tiempo lo que se utiliza como método de co-creación, involucrando al público participante (Armstrong, 2022). Todo ello en beneficio de la diversidad, como elemento a privilegiar como foco creativo.

Revisar el papel del diseño en una sociedad marcada por las imágenes digitales supone atender a las necesidades actuales, sobre todo cuando se trata de la población más joven. Los

ambientes constituyen el inicio de un planteamiento positivo para llevar a cabo buenas prácticas en educación. Así, quienes trabajan en torno a la temática de los ambientes educativos lo defienden tanto desde un punto de vista artístico como educativo. Es necesario aumentar el espacio y el tiempo para aprender, y es un esfuerzo que nos une como profesionales dedicados al diseño y a la educación.

Nuestros objetivos de innovación contemplan los cambios que se están produciendo, teniendo en cuenta la deriva digital, los problemas de ecodiversidad y la inclusión. Para mejorar el panorama actual, fomentamos una mayor proximidad entre el profesorado en formación inicial y el que ya está en activo, diseñando planes de acción para los diferentes entornos, y preparando al profesorado para la investigación educativa. Marcamos líneas prioritarias teniendo en cuenta criterios curriculares innovadores, con todo lo que implican las TIC en la nueva concepción de la generación y difusión de la imagen.

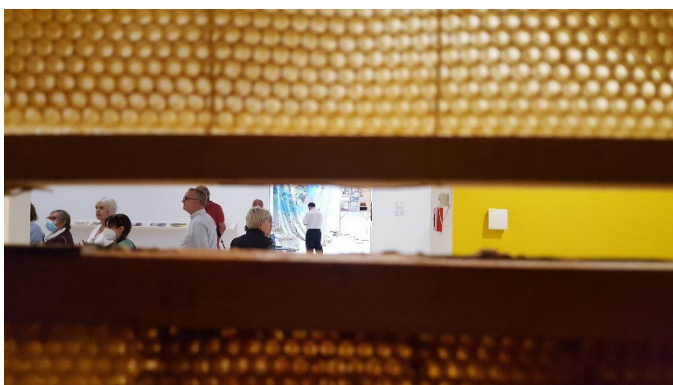


Figura 2. Visita al IVAM Institut Valencià d'Art Modern durante una exposición de instalaciones artísticas.

Analizamos los elementos gráficos y los recorridos visuales que nos ofrecen de los distintos museos, tanto públicos como privados. En particular, nos fijamos en los aspectos físicos de sus instalaciones, dado que en todos los casos se trata de museos que ocupan un edificio propio. También evaluamos las páginas web de dichos museos, aunque el análisis que ahora presentamos no es detallado, puesto que el estudio de los aspectos digitales debe realizarse en una investigación más centrada en los entornos virtuales. Como en esta indagación nos interesa el aspecto físico de los espacios, observamos los carteles y la señalética dispuestos en los distintos entornos de cada museo, indicando la adecuación de los elementos gráficos, observando si construyen un diálogo eficaz con el público visitante.

La web del MUBAV Museo de Bellas Artes de València ha sido actualizada recientemente. Sobre un fondo dominado por el blanco encontramos siete secciones con menús desplegables (Visitas, Colección, Exposiciones, Educación, Comunicación, Actividades, Sorolla). El catálogo de la colección está organizado por diferentes técnicas tradicionales: escultura, pintura, dibujo, grabado, artes suntuarias y arqueología. La cartelería del museo es discreta, utilizando siempre una sutil combinación de la gama cromática de cada sala de exposición con textos impresos en vinilos o carteles. En muchas ocasiones se ha optado por incorporar breves explicaciones sobre las piezas. La tipografía utiliza predominantemente serif. El diseño arquitectónico de este museo es tan ecléctico como el número de entidades que forman parte de su gobierno. Por un lado, se encuentra el edificio renacentista original, acompañado de la cúpula neoclásica (reconstruida) que hoy acoge la Recepción,

como zona de paso a los diferentes accesos a las salas que albergan los espacios expositivos. Otra zona intermedia es el claustro del Embajador Vich, del que se ha reconstruido el patio con pilares de la casa del Embajador del Papa Borja en Roma. Este suntuoso patio nos lleva al espacio más nuevo del museo, que alberga la colección de pintura y escultura del siglo XIX, y que da paso a un espacio dedicado exclusivamente a la obra de Joaquim Sorolla.

El IVAM llegó al barrio del Carmen de Valencia en 1989, en plena época de auge de la arquitectura espectacular. Su impacto sobre la zona fue devastador, con viviendas expropiadas, rotura del tejido urbano y falta de atención a los afectados por la desorganización. Décadas después, el sentimiento de desafección hacia el barrio aún persiste, aunque el museo ha conseguido un lugar destacado en el panorama internacional. El acceso se realiza a través de un vestíbulo de cristal de tres plantas, cubierto por una losa y un gran voladizo que le confiere una gran monumentalidad. El edificio se organiza en dos ejes axiales que responden a una secuencia entre entrada y sala de actos y transversalmente las zonas expositivas. La gran altura de la entrada con escalera recoge las dos plantas expositivas a partir del paseo interior que acoge en la planta superior una sucesión de salas expositivas con un lucernario corrido. El billete de entrada al IVAM lleva muy visible el logotipo del museo, obra en su origen del artista Andreu Alfaro, pero que ha sido reconvertido en cuatro letras mayúsculas. El *branding* se destaca en la web del centro, donde de nuevo encontramos el color blanco como elemento dominante. La tipografía negra nos informa de los banners en los que hay fotografías de cada exposición o actividad [Fig. 2].



Figura 3. Detalle de la Casa-museo Benlliure, un museo instalado en lo que fue residencia del pintor José Benlliure.

A quien visita el Museo de Prehistoria de València le llama la atención el interés pedagógico que predomina en el entorno, punto que ya detectamos desde la web. Inmersos en un contenedor cultural de la Diputación de Valencia llamado *La Beneficencia*, en la entrada principal se indican claramente las dependencias de la prehistoria a la derecha, en las plantas que conforman los diferentes espacios del museo. De todos los ejemplos analizados, este sería el museo donde más importancia se dedica al material impreso, ya que en la entrada se nos ofrecen folletos ilustrados que explican en tres idiomas las diferentes dependencias que componen la colección. La presentación de los desplegables es muy instructiva, dando información sobre cada planta. Recorremos las distintas salas,

poco iluminadas y de colores cálidos (ocres, verdes, marrones), descubriendo las distintas capas estratigráficas de los yacimientos donde se encuentran las piezas expuestas. Una de las partes más destacadas del museo es la dedicada a la ruta de los Íberos. El apartado gráfico hace concesiones a un supuesto “diseño pedagógico”, que mezcla una tipografía excesiva con un formato de ordenación convencional, de modo que da la sensación que estamos hojeando un libro de texto.

El *Museu Etnològic de València L'Etno* sería un buen ejemplo de museo más orientado al aprovechamiento en el uso de una tipografía creativa. Galardonado con el premio europeo al Mejor Museo, su concepto sirve para convertir el espacio en una auténtica instalación artística, al tiempo que permite mostrar una gran cantidad de objetos. Los textos inundan las salas, tanto a modo explicativo como formando parte de las propias exposiciones. La iluminación y los espacios hacen la visita un tanto laberíntica, evocando mil y una insinuaciones a cada visitante. Al estar expuestos con tanta profusión, la potencia que emanan los objetos supone una intensa experiencia visual, repleta de sugerencias culturales [Figura 4].

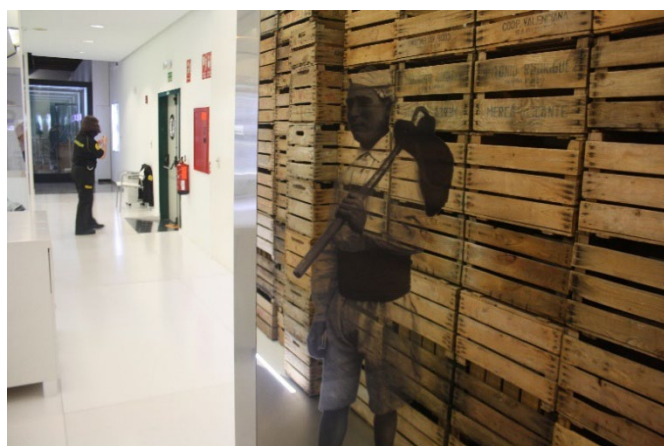


Figura 4. Instalación con elementos etnológicos en una de las salas de *L'Etno*. Fotografía: Ricard Huerta

Por su eficacia desde el punto de vista lúdico, es un museo que estimula positivamente la creatividad de sus visitantes, sea cual sea su edad, incluidos los estudiantes de secundaria. El efecto de luz, composición y distribución de los objetos, junto con los recursos gráficos, indican al visitante lo que puede encontrar en cada esquina. Este museo ha bebido de la tradición iniciada a principios del siglo XX por el Museo Henry Chapman Mercer de Doylestown (Pensilvania). Crea una interesante relación entre la experiencia inmersiva y el progreso técnico/tecnológico, mediante un análisis estético-cultural de los ideales de la modernidad y del pasado preindustrial, algo habitual en el contexto de los archivos etnográficos.

3. RESULTADOS

El análisis de los detalles que caracterizan cada museo nos permite acercarnos a su eficacia a la hora de transmitir experiencias a sus visitantes, de modo que, si dicha institución se ha preocupado por favorecer una mirada atenta y sugerente, conseguirá promover la iniciativa del alumnado que visita sus salas. A partir del objetivo de esta investigación, que consiste en estudiar el desarrollo de la creatividad en las visitas a museos, centrándose en este caso en varios museos de la ciudad de Valencia, evaluamos el impacto de la arquitectura y el diseño de estas instituciones en el público visitante, especialmente

entre estudiantes de Secundaria. Descubrimos que algunos de los museos analizados han priorizado el diseño, mientras que otros no le han dedicado tanta atención. Las diferencias son significativas, y demuestran que un buen concepto de diseño permite un mayor fomento de la creatividad en los visitantes, activando elementos de aprendizaje estético y cultural.

4. CONCLUSIONES

Observando las visitas del alumnado de Secundaria detectamos que tanto la arquitectura como los elementos del espacio activan el pensamiento creativo. Por ello, apelamos a un mayor interés por parte de las instituciones por mejorar todo lo relacionado con los entornos arquitectónicos o de diseño de espacios interiores, ya que redundará positivamente en un aumento de la capacidad creativa del público visitante. Otro aspecto a mejorar es la forma en que el profesorado de secundaria planifica y gestiona las visitas en las que acompañan a los alumnos. No podemos olvidar a este colectivo tan importante y esencial en la formación estética y cultural de la ciudadanía, por lo que debemos implementar aspectos esenciales, como la formación permanente, la investigación y la innovación, abordando asimismo un enfoque hacia la educación en arte y diseño. Esta formación debe contener elementos como la sostenibilidad y la transferibilidad a otros contextos más allá de su aplicación educativa.

REFERENCIAS

- Armstrong, E. S. (2022). Towards queer tours in science and technology museums. *Museum & Society*, 20(2), 205-220.
- Davis, A., Tuckey, M., Gwilt, I. & Wallace, N. (2023). Understanding Co-Design Practice as a Process of “Welldoing”. *International Journal of Art & Design Education*, 42(2), 278-293. <https://doi.org/10.1111/jade.12459>
- Han, B. C. (2022). *No-Things: Upheaval in the Lifeworld*. Polity Press
- Huerta R. & Rodríguez-López R. (2025). Educación digital, creaciones artísticas y formación del profesorado. *Arte, Individuo y Sociedad*, 37(1), 193-207. <https://doi.org/10.5209/aris.97987>
- Kuhnke, J. L., & Jack-Malik, S. (2022). How the Reflexive Process Was Supported by Arts-Based Activities: A Doctoral Student's Research Journey. *LEARNING Landscapes*, 15(1), 201-214. <https://doi.org/10.36510/learnland.v15i1.1071>
- Lobovikov-Katz, A. (2019). Methodology for Spatial-Visual Literacy (MSVL) in Heritage Education: Application to Teacher Training and Interdisciplinary Perspectives. *REIFOP*, 22(1). <https://doi.org/10.6018/reifop.22.1.358671>
- Wang, B., Dai, L., & Liao, B. (2023). System Architecture Design of a Multimedia Platform to Increase Awareness of Cultural Heritage: A Case Study of Sustainable Cultural Heritage. *Sustainability*, 15, 2504. <https://doi.org/10.3390/su15032504>
- Yin, Robert K. (2009). *Case Study Research*. Sage