



**Vol., 28 Nº 3 (Noviembre, 2024)**

ISSN 1138-414X, ISSNe 1989-6395

DOI:10.30827/profesorado.v28i3.30860

Fecha de recepción: 14/05/2023

Fecha de aceptación: 01/10/2024

# **VALIDACIÓN DE UN INSTRUMENTO DE ANÁLISIS DE WEBS DE MUSEOS. LA DIMENSIÓN EDUCATIVA: UN ESTUDIO EXPLORATORIO EN CANARIAS**

*Validation of an Analysis Tool for Museum Websites. The Educational Dimension: An Exploratory Study in Canary Islands*



*María Marta Carrera Rossi,  
Juan Antonio Rodríguez Hernández  
& Pablo Joel Santana Bonilla  
Universidad de La Laguna*

*E-mail: [alu0101377001@ull.edu.es](mailto:alu0101377001@ull.edu.es);*

*[jrodruz@ull.edu.es](mailto:jrodruz@ull.edu.es); [psantana@edu.es](mailto:psantana@edu.es)*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-0709-5995>;*

*<https://orcid.org/0000-0001-7451-3130>;*

*<https://orcid.org/0000-0003-1798-490x>*

## **Resumen:**

En las últimas décadas los museos han cuestionado su enfoque tradicional, centrado en la exposición de artefactos culturales, hacia uno centrado en el visitante. En este contexto adquiere sentido el estudio de la dimensión educativa de las webs de los museos. Esta hace referencia a los elementos que evidencian que la institución está desarrollando una actividad formativa, y a los elementos estructurales y personales que la facilitan. El primer objetivo del trabajo es construir y validar un instrumento para el estudio de webs de museos. El segundo es analizar la presencia de la dimensión educativa en las webs de instituciones museísticas, y el tercero se centra en la presencia de la mediación artística. La muestra la componen 33 webs de museos de Canarias. El instrumento



de análisis elaborado tiene dos dimensiones: el contenido de la web y sus características tecnológicas. La faceta educativa se encuentra dentro de la primera dimensión. Los resultados muestran disparidad entre la presencia de los criterios de la dimensión educativa en las webs. Así, aparece en la página de inicio del 72,7% de las webs, y en el 60,6% consta que el museo dispone de Departamento de Educación. En el resto de elementos aparece escasamente. Por otra parte, la mediación artística apenas consta. En conclusión, queda mucho que avanzar en la visibilización de la faceta educativa en las webs de museos de Canarias. Esperamos que el instrumento construido pueda servir para conocer la dimensión educativa de los museos y avanzar en su consolidación.

**Palabras clave:** centros culturales, educación, museos, sitios web, tecnología educativa

### **Abstract:**

In recent decades museums have questioned their traditional approach, focused on exhibiting cultural artifacts, towards one focused on the visitor. In this context, it makes sense to study the educational dimension of museum websites. This dimension refers to the elements which show that the institution is carrying out a formative activity, and the structural and personal elements which facilitate it. The first aim of this study is to construct and validate a tool to analyze museum websites. The second is to analyze the presence of the educational dimension in the websites of museum institutions, and the third focus one the presence of artistic mediation. The sample is made up of 33 websites of museums in the Canary Islands. The analysis tool developed has two dimensions: the web content and its technological features. The educational facet belongs to the first dimension. The results show that the presence of the educational dimension on the websites differs according to the element concerned, but is low. It appears on the home page of 72.7% of the websites, and in 60.6% it is known that the museum has an Education Department. In the rest of the elements, it appears sparingly. On the other hand, artistic mediation hardly mentioned. In conclusion, there is still a lot to do in the visibility of the educational dimension on the websites of museums in the Canary Islands. We hope that the tool developed can be used to understand the educational dimension of museums and to advance their consolidation.

**Key Words:** cultural centers, education, educational technology, museums, web sites

## **1. Introducción**

Hasta hace poco tiempo la función principal de los museos era la exhibición estática de artefactos culturales. La educación bajo esa perspectiva museística era muy limitada. Con los cambios sociales, políticos y tecnológicos de las últimas décadas los museos, sin dejar de lado su misión de conservación y exhibición, han ampliado su potencial pedagógico introduciendo programas educativos contemporáneos (Rubiales, 2020), y han establecido vínculos con escuelas y universidades. Repensar las funciones de estos entornos ha sido vital para el beneficio cultural, así como para el avance en la gestión de las entidades públicas al servicio de la comunidad.

A mediados del siglo XX, los museos cambian hacia el paradigma de la democratización *cultural* (Hervás et al., 2018). En los años 80 se desarrolla el concepto de *nueva museología* dando cobertura a políticas sociales más participativas y activas (Fernández y Fernández, 2012). Como consecuencia, los museos se conciben como contextos de transmisión y construcción del conocimiento para el desarrollo humano. Esta evolución refleja el compromiso por contribuir al

enriquecimiento cultural y educativo de la sociedad en su conjunto impulsando el aprendizaje (Álvarez, 2007).

Así en las últimas décadas los museos han adoptado un enfoque más centrado en la interacción social, buscando crear experiencias significativas y participativas que involucren a los usuarios de todas las edades y a nuevos colectivos sociales. Las tendencias museográficas del siglo XXI han avanzado hacia lo que se conoce como *museología crítica*, que cuestiona el concepto de las organizaciones culturales y sus actividades, planteando formas más plurales y transversales en cuanto a la relación entre museos y nuevos colectivos. Este enfoque se relaciona estrechamente con la educación social y las metodologías activas, aportando estrategias educativas que plantean una reflexión constructiva respecto al patrimonio. Actualmente, dichos espacios se enfocan en la colaboración con la comunidad y en el aprendizaje colectivo, estableciendo alianzas con instituciones educativas, organizaciones culturales y comunidades locales para desarrollar programas educativos fuera y dentro de la institución. En este sentido, se puede afirmar que la museología crítica es correlativa a la pedagogía crítica en contraposición a la nueva museología que presenta un carácter más unidireccional, propio de la educación formal.

Los departamentos de educación de los museos cobran un papel primordial para el logro de tales objetivos (López y Alcaide, 2011). En los años 80 y 90, el trabajo de los Departamentos de Educación y Acción Cultural abrieron un camino hacia las metodologías activas. Fue un momento crucial en el que se introdujeron nuevas formas de entender la dinámica institucional. Esta evolución reflejaba el compromiso de los museos con el aprendizaje y la reflexión. Esta nueva visión ha llevado a la incorporación de métodos de mediación museística para repensar su papel como instituciones culturales. Estas prácticas de mediación ponen el foco en la creación de programas participativos que articulan actividades y proyectos que promueven un nexo entre el patrimonio cultural, los propios artistas y los usuarios. Se trata de prácticas que los museos adoptan como procesos de trabajo en colectividad (Peters, 2019). La mediación museística trata de dar respuesta a las nuevas necesidades sociales, pedagógicas y de empresa cultural al servicio de la comunidad (Arriaga, 2019; Álvarez-Rodríguez et al., 2019; González-García, 2019). Por ello, las instituciones culturales adoptan hoy en día programas de mediación desde los departamentos de educación, así como en los programas curatoriales museísticos.

La mediación cultural acoge metodologías que fomentan la interacción entre el patrimonio cultural y los nuevos públicos centrándose en acciones transformadoras de empoderamiento social y emancipación intelectual. Este modelo pone en crisis las propias jerarquías institucionales (Mörsch, 2009). No solo se visita el museo para interactuar con las exhibiciones, sino que también se proponen iniciativas críticas mediante procesos mediados con el público visitante. El museo se convierte así en un lugar de encuentro en el cual desarrollar procesos dialógicos, horizontales y de reflexión crítica. En este proceso, el modelo educativo socio-constructivista es uno de los fundamentos principales. Por esa razón, se considera la experiencia del

aprendizaje como un proceso activo en el que el individuo construye su propio entendimiento a través de la interacción con el entorno y la participación en situaciones de aprendizaje significativas en las que se producen procesos de mediación (Daniels, 2003). La mediación cultural se ha ido implementando sobre todo en los museos de arte, de tal modo que se habla de mediación artística (Rodrigo, 2012; López-Aparicio y Cejudo, 2020).

La visita presencial al museo tiene un valor educativo indiscutible, es una característica intrínseca al espacio museístico ya que este se concibe para ser transitado. Sin embargo, las nuevas formas de promover la interacción educativa dirigida a distintos grupos poblacionales en los museos, va más allá de las visitas presenciales. Las páginas web de las instituciones, los espacios educativos digitales y abiertos que representan los sitios web del museo desempeñan un papel importante en el proceso educativo (Castell, 2019). Sin tratar de sustituir lo presencial por lo virtual, es necesario aprovechar las potencialidades que ofrece la virtualidad como canal de comunicación presente en la sociedad para complementar y potenciar las funciones educativas del museo (Cagigal, 2017). Hoy en día, el proceso de digitalización de los museos se ha desarrollado de forma dispar, de forma que son muchos los museos que todavía ni han incorporado sus contenidos a la red. Otros en cambio aprovechan los medios digitales para aportar información sobre los servicios de la visita presencial, pero sin considerar la posibilidad de ampliar sus contenidos con recursos o actividades didácticas que habiliten la interacción entre el museo y los usuarios (Rodríguez, 2019; Caballero, 2012).

En esta sociedad digitalizada los museos se han transformado, dando lugar a modelos mixtos que apuestan por las visitas virtuales y presenciales. Estos cambios han producido una apertura educativa que amplía los objetivos formativos, y favorece mayores oportunidades en la aplicación de contenidos (Rubiales, 2012). La transformación digital de los museos no consiste en incorporar actividades a la web, o proporcionar visitas virtuales a las exposiciones. La transformación digital es un proceso mucho más complejo para alcanzar el aprovechamiento óptimo de lo educativo en el entorno virtual (Bowen y Giannini, 2019; Gianni y Bowen, 2019). En un mundo digital cada vez más interconectado, las páginas web de los museos se pueden convertir en herramientas esenciales para la democratización del conocimiento y el fomento de la cultura. A través de estas plataformas se puede llegar a audiencias globales, ofreciendo oportunidades educativas inclusivas que trasciendan las barreras físicas, sociales y económicas, creando así un ecosistema educativo que puede contribuir a la exploración, el descubrimiento, y la conexión con nuestro patrimonio cultural de una manera innovadora y accesible.

Existe una extensa bibliografía al respecto de la educación en museos e instituciones culturales (Acaso, 2011; Domínguez y Antoñanzas, 2015-2016). Su consulta aportó una visión amplia sobre dicho ámbito. Los trabajos de García-Madariaga et al. (2017), Cortés y Sánchez (2019), Fernández-Hernández et al. (2021) y Villaespesa (2018) permitieron un acercamiento a la digitalización de los museos. En relación con las prácticas de mediación artística que se promueven a través de las

webs de los museos resultaron esenciales las aportaciones de los trabajos de Álvarez et al. (2019) y Orozco (2005).

Respecto al análisis de las webs, dado que el objetivo del instrumento es analizar la dimensión educativa de las webs y que se encontraron escasas referencias al respecto (Angarita, 2021), se revisó la literatura sobre el análisis de páginas webs educativas. La revisión aportó algunos indicadores para el análisis de actividades educativas (Torres, 2005; Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez, 2018; Marqués, 1999; Álvarez-Herrero y Roig, 2019). Resultaron de especial interés los estudios sobre el análisis de materiales didácticos digitales y de webs de centros escolares (Santana et al., 2017; Tardío-Crespo y Álvarez-Álvarez, 2018).

En consecuencia, resulta relevante investigar la dimensión educativa de los sitios webs de los museos. Este trabajo tiene un triple objetivo: construir y validar un instrumento para el análisis de las webs de museos, analizar la presencia de la dimensión educativa y de la mediación artística en las webs de instituciones museísticas de Canarias.

Entendemos por dimensión o faceta educativa de un museo tanto los elementos que muestran que la institución está desarrollando una actividad formativa, como los elementos estructurales y personales que la facilitan. En este sentido hemos incluido, entre otros indicadores, el grado en que la función educativa queda reflejada en la página de inicio, y en su misión u objetivos generales. Por otra parte, también hemos considerado si dispone de Departamento de Educación, si éste consta en la estructura organizativa de la institución, y la situación de educadores y educadores de museos.

## **2. Método**

### **2.1 Muestra**

La muestra está compuesta por 33 webs de instituciones museísticas. Se seleccionaron de entre las 134 instituciones museísticas de la Comunidad Autónoma de Canarias que tenían página web en el momento en que se realizó el estudio. Las 33 webs se seleccionaron atendiendo a los siguientes criterios:

- (a) Que el museo tuviera web propia.
- (b) Que en la web fuera visible un apartado dedicado a la educación con suficiente información como para ser analizada, es decir, que incluyese varias actividades y recursos de naturaleza educativa.
- (c) Que la web cumpliera unos estándares mínimos de calidad técnica. Es decir, que tuviera una estructura definida (que no fuera plana, sino que tuviera cierto grado de complejidad) y que permitiera desplazarse de manera voluntaria entre los contenidos.

Atendiendo a la temática de la institución, el 39,4% de las webs corresponde a museos de Cultura y el 30,3% a museos de Arte. Con porcentajes inferiores aparecen museos Etnográficos (9,1%), de Historia y Antropología (6,1%), de Ciencia y Tecnología (6,1%), de Arqueología, de Ciencia, y de Ciencia y Antropología (3,0% cada tipo). El 72,7% de las instituciones a las que pertenecen estas webs son de titularidad pública, el 18,2% privada y el 9,1% son de carácter mixto. Respecto a la distribución por islas, el 48,5% se localizan en Tenerife, el 45,4% en Gran Canaria y el 6,1% en La Palma.

## 2.2. Instrumento de recogida de datos

En este apartado presentamos las diferentes fases de elaboración y validación del instrumento utilizado para recabar información en las webs de las instituciones museísticas que cubren el primer objetivo de este trabajo.

Los objetivos del instrumento son analizar:

- la faceta educativa de las instituciones culturales y museos tal como se presenta en el contenido de sus webs, y, en particular, la presencia de la mediación artística.
- la oferta de actividades educativas de las instituciones culturales reflejado en el contenido de sus webs.
- las características específicas de las actividades educativas presentes en sus webs, con especial atención a aquellas de mediación artística, y
- la facilidad de acceso y navegación de las webs para potenciales usuarios y usuarias.

La construcción del instrumento se realizó en seis pasos: revisión bibliográfica de estudios acerca de instrumentos de análisis de webs, y sobre educación museística y mediación artística; elaboración de una primera versión del instrumento de análisis de webs de museos; aplicación piloto del instrumento a seis webs de museos y elaboración de una segunda versión del instrumento; validación del instrumento por expertos; y revisión del instrumento tras las valoraciones y comentarios de los expertos.

Se comenzó con un análisis informal de un conjunto de webs de instituciones museísticas que permitió la familiarización con el objeto de estudio y reveló su enorme diversidad. A continuación, se procedió a elaborar la primera versión del instrumento con 2 dimensiones. La primera, denominada *Contenido de la Web* para dar respuesta a los tres primeros objetivos. El objetivo 1 se cubría mediante la subdimensión *Dimensión educativa de la institución*. Los objetivos 2 y 3 se estudiaban a través de la subdimensión *La oferta de actividades educativas en curso*. El objetivo 4 se abordaba a través de la segunda dimensión *Características Tecnológicas de la Web* y sus subdimensiones: *Organización y navegación, Apariencia, y Accesibilidad*.

Con esta primera versión del instrumento se realizó una prueba piloto analizando sitios webs de 6 museos. Estas webs se seleccionaron entre las 134 instituciones museísticas de la Comunidad Autónoma de Canarias que tenían web en el momento de realizar el pilotaje. Se utilizaron dos criterios: que las webs tuvieran contenido educativo y que las instituciones fueran de diverso tipo (museos de Arte, Ciencias y Música).

De forma independiente cada investigador aplicó el instrumento a seis webs de museos. Dos de estas webs fueron analizadas por ambos investigadores. Durante el proceso cada investigador anotó comentarios de cada web al realizar el registro de la información. Concluido el análisis de las 6 webs, los investigadores realizaron una sesión conjunta de verificación de sus registros de las 2 webs que ambos habían analizado. Para dimensionar la aplicación del instrumento se contabilizó el tiempo de aplicación del instrumento a cada museo. La web que más tiempo supuso ocupó 7 horas y 30 minutos, la que menos tiempo supuso ocupó 2 horas y 50 minutos.

Este proceso permitió la mejora de la primera versión del instrumento, reformulando ítems que mostraban cierta ambigüedad, agregando preguntas que se consideraron oportunas para complementar la información a recabar, o reagrupando ítems para conferir mayor coherencia al instrumento. Esto dio lugar a una segunda versión del instrumento que más adelante se trasladó a los expertos para su validación.

La segunda versión del instrumento contaba con 2 dimensiones. La primera, denominada *Contenido de la Web*, pretendía dar respuesta a los tres primeros objetivos. El objetivo 1 se abordaba a través de la subdimensión *La faceta educativa de la institución* (31 ítems). Los objetivos 2 y 3 se cubrían con la subdimensión *La oferta de actividades educativas en curso* (24 ítems). El objetivo 4 se estudiaba a través de la dimensión Características Tecnológicas de la Web y sus subdimensiones: *Organización y navegación* (2 ítems), *Apariencia* (10 ítems) y *Accesibilidad* (4 ítem).

La validación de contenido del instrumento se realizó a través del juicio de expertos (Escobar y Cuervo, 2008; Álvarez-García et al. 2018). Dado que los objetivos del instrumento engloban la educación museística, la mediación artística y las páginas web en las que se sustentan se seleccionaron 4 personas expertas: dos del ámbito museístico y dos del ámbito educativo universitario con experiencia en metodología de la investigación y análisis de webs. Se contactó con ellas, se les explicó el proceso de validación y se les remitió una planilla con el instrumento y la explicación necesaria para realizar la valoración.

En el diseño de la plantilla se siguió la propuesta de Escobar y Cuervo (2008), de forma que cada juez evaluaba el cumplimiento de una serie de criterios mediante una escala Likert de 1 a 4 (1, no cumple con el criterio; 2 bajo nivel de cumplimiento, 3, nivel de cumplimiento moderado y 4, alto nivel de cumplimiento). Para cada ítem, se utilizaron los siguientes criterios:

- Claridad, si el ítem se comprende fácilmente,

- Coherencia, si el ítem guarda relación lógica con la dimensión, y
- Relevancia, si el ítem es suficientemente importante para ser incluido

Para cada subdimensión se aplicaba el criterio Suficiencia, es decir, si el número de ítems de una subdimensión bastaba para medir lo pretendido.

El acuerdo de los jueces se calculó para cada dimensión a través de la W de Kendall, que informa si los jueces están de acuerdo en sus valoraciones, no si las valoraciones son adecuadas. Por eso, siguiendo a Escobar y Cuervo (2008), se añade en la Tabla 1 el porcentaje de acuerdo entre las valoraciones de los jueces al considerar los criterios con un nivel moderado o muy alto de cumplimiento. Los resultados muestran que existe acuerdo entre los 4 jueces en la Dimensión 1 para los tres criterios, aunque el valor de la W de Kendall indica que es débil. Además, el porcentaje de acuerdo de los jueces es superior al 75% al considerar el cumplimiento de los ítems como moderado o alto. En la Dimensión 2, solo existe acuerdo entre los 4 jueces al considerar el criterio de Claridad. Los porcentajes de acuerdo en considerar los ítems con un cumplimiento moderado o muy alto es bajo en el criterio Claridad y alto en los criterios de Coherencia y Relevancia.

Tabla 1.  
*Acuerdo entre jueces por dimensiones.*

	Criterios		
	Claridad	Coherencia	Relevancia
<b>Dimensión 1</b> Contenido de la Web			
W de Kendall	,064	,071	,063
Estadístico	10,250	11,357	9,960
Sig.	,017	,010	,019
% de acuerdo en cumplimiento moderado o alto	76,0	83,7	91,8
<b>Dimensión 2</b> Características tecnológicas de la web			
W de Kendall	,475	,062	,076
Estadístico	22,80	3,00	3,667
Sig.	,000	,392	,300
% de acuerdo en cumplimiento moderado o alto	37,5	93,8	92,9

Fuente: elaboración propia.



Los jueces valoraron el cumplimiento del criterio Suficiencia de las respectivas subdimensiones como moderado o muy alto para todas las subdimensiones. La valoración de los criterios Claridad, Coherencia y Relevancia obtuvo en los 4 jueces medias superiores a 3,00 salvo en dos ocasiones: en la valoración del criterio Claridad en la dimensión Características Tecnológicas de la Web, subdimensión 2.2 *Apariencia* por el juez 2, y la valoración del criterio Relevancia en la subdimensión 2.3 *Accesibilidad* de la misma dimensión por el juez 3 (Tabla 2).

Tabla 2.  
*Acuerdo entre jueces por subdimensiones.*

	Juez1		Juez 2		Juez 3		Juez 4	
	X	DT	X	DT	X	DT	X	DT
<b>DIMENSIÓN 1. Contenido de la web</b>								
<i>Subdimensión 1.1. Faceta educativa de la institución</i>								
<i>Claridad</i>	3,82	0,55	3,29	0,81	3,82	0,55	3,89	0,31
<i>Coherencia</i>	3,57	0,74	3,50	0,88	3,57	0,88	3,96	0,19
<i>Relevancia</i>	3,82	0,39	3,57	0,79	3,79	0,63	3,96	0,19
<i>Suficiencia</i>	4		3		4		4	
<i>Subdimensión 1.2. Oferta de actividades educativas en curso</i>								
Claridad	3,40	0,91	3,44	0,65	3,84	0,47	3,96	0,20
Coherencia	3,56	0,71	3,68	0,48	3,60	0,82	4,00	0,00
Relevancia	3,64	0,49	3,60	0,50	3,88	0,60	4,00	0,00
<i>Suficiencia</i>	4		3		4		4	
<b>DIMENSIÓN 2. Características tecnológicas de la web</b>								
<i>Subdimensión 2.1. Organización y navegación</i>								
Claridad	4,00	0,00	4,00	0,00	4,00	0,00	4,00	0,00
Coherencia	4,00	0,00	3,00	1,41	4,00	0,00	4,00	0,00
Relevancia	4,00	0,00	3,00	1,41	4,00	0,00	4,00	0,00
<i>Suficiencia</i>	4		3		4		4	
<i>Subdimensión 2.2. Apariencia</i>								
Claridad	3,80	0,63	2,20	0,63	4,00	0,00	4,00	0,00
Coherencia	3,00	0,00	4,00	0,00	4,00	0,00	4,00	0,00
Relevancia	4,00	0,00	4,00	0,00	4,00	0,00	4,00	0,00
<i>Suficiencia</i>	4		3		4		4	
<i>Subdimensión 2.3. Accesibilidad</i>								
Claridad	4,00	0,00	3,75	0,50	3,50	0,58	4,00	0,00
Coherencia	4,00	0,00	4,00	0,00	4,00	0,00	4,00	0,0

									0
Relevancia	4,00	0,00	4,00	0,00	2,50	1,73	4,00	0,00	0
Suficiencia	4		3		4		4		

Fuente: elaboración propia.

Una vez recibidas las respuestas y comentarios de los jueces, se revisó el instrumento para su mejora. El cambio principal consistió en la introducción de una tercera subdimensión dentro de la dimensión Contenido de la Web: *Características de las actividades educativas en curso* que añadía ítems referidos al análisis de actividades concretas. También se introdujeron cambios para mejorar la comprensión de algunos ítems y facilitar la aplicación del instrumento. En especial, se mejoraron las preguntas relativas a las características de las actividades en cuanto a la denominación de las metodologías posibles, el contenido que abordan y el tipo de uso de dispositivos digitales. Para facilitar la aplicación del instrumento, siguiendo la recomendación expresa de los jueces, se agruparon en una misma categoría las preguntas sobre la mediación artística. La estructura final del instrumento aparece en la Tabla 3.

Tabla 3.

*Descripción de las dimensiones, subdimensiones y categorías del Instrumento de Análisis de Webs de Museos*

**0. Datos de identificación del museo (18 ítems)**

Esta dimensión recaba las características de la institución.

**a. Datos descriptivos de la institución (6 ítems)**

Esta subdimensión recoge la información general de la institución cultural o museo. Incluye datos como: nombre, tipo de institución, localización, titularidad, así como tipo de titularidad.

**b. Datos de contacto de la institución y del Departamento de Educación (12 ítems)**

Esta subdimensión hace referencia a los medios por los cuales se puede contactar con la institución y con su departamento de educación. Asimismo, permite recoger información sobre la presencia del museo en medios sociales digitales (Facebook, X, Instagram o YouTube).

**DIMENSIÓN 1. Contenido de la web (44 ítems)**

Esta dimensión recoge el contenido de la web de la institución relacionado con la educación. Se analiza la dimensión educativa de la institución, así como su oferta educativa. Se pretende examinar aquella información que tiene que ver específicamente con lo educativo.

**Subdimensión A. La visibilidad de la dimensión educativa de la web y de la mediación artística (24 ítems)**

**Categoría A.1. La faceta educativa de la institución (19 ítems)**

En esta subdimensión se estudia la visibilidad de la faceta educativa de la institución. En particular se analizan la misión y los objetivos generales de la institución. También se recoge información sobre la sección educativa de la institución: si dispone de departamento de educación; se analizan las características del departamento, de los programas educativos que oferta y la situación laboral de los y las profesionales que en él trabajan.

**Categoría A.2. La presencia de la mediación artística en la web de la institución (5 ítems)**

Esta subdimensión informa de la presencia de la mediación artística en la web de la institución y, si es el caso, el tipo de actividades y programas de mediación artística que en ella se desarrollan. Además, examina la presencia de convocatorias para la realización de proyectos y actividades en relación con la mediación artística por parte de personas externas a la institución.

---

**Subdimensión B. La oferta de actividades educativas en curso (10 ítems)**

Esta subdimensión estudia el conjunto de actividades educativas que oferta la institución. Se analiza la organización y orientación de las actividades presenciales que oferta el museo, los espacios para su desarrollo, su accesibilidad horaria, el público destinatario y el tipo de recursos didácticos digitales ofertados.

---

**Subdimensión C: Características de las actividades educativas (10 ítems)**

Esta dimensión analiza las actividades presentes en las webs. Por esa razón, tiene un formato específico para el análisis de cada actividad.

---

**0. Datos de identificación de la actividad (5 ítems)**

Se incluyen, entre otros datos, el nombre de la actividad, el número dentro del conjunto de actividades analizadas, y la fecha de análisis de la actividad.

---

**Subdimensión C.1. Características específicas de las actividades educativas (5 ítems)**

En esta subdimensión se estudian las características específicas de la actividad: el formato de la actividad, los tipos de usuarios que se benefician de la actividad y las características educativas de la actividad: alternativas pedagógicas que se manejan, tipo de contenido, y apoyo de las TIC.

**Subdimensión C.2. Características específicas de las actividades de mediación artística (5 ítems)**

Esta subdimensión valora, a partir de ciertos criterios, si la actividad se puede considerar de mediación artística, y una vez hecho esto se analizan los tipos de usuarios que se benefician de la actividad y las características educativas de la actividad: alternativas pedagógicas que se manejan, tipo de contenido, y apoyo de las TIC.

---

**DIMENSIÓN 2. Características tecnológicas de la web (16 ítems)**

Esta dimensión explora aspectos de la dimensión tecnológica de la web. Se valora en qué medida cumple ciertos criterios de calidad de modo que sea de fácil gestión para el usuario. Se analizarán aspectos de la organización y navegación de la web, si cumple ciertos requisitos en cuanto a apariencia y si se trata de una página web accesible.

---

**Subdimensión A. Organización y navegación (2 ítems)**

Se explora si la disposición de la web responde a un diseño funcional orientado al público visitante. La navegación tiene que ver con la manejabilidad de la web. En la medida que sea fácil y predecible moverse por ella los contenidos que incluye serán más accesibles a los usuarios (accesibilidad de los contenidos).

---

#### Subdimensión B. Apariencia (10 ítems)

Esta subdimensión se refiere a aspectos de diseño como la legibilidad de la información (el tamaño de los caracteres, el contraste de colores y la justificación del texto) y la función complementaria de las imágenes.

---

#### Subdimensión C. Accesibilidad (4 ítems)

Se valora si la web cumple unas condiciones mínimas de accesibilidad para personas con diversidad funcional auditiva y visual (accesibilidad para personas con diversidad funcional).

---

Fuente: elaboración propia.

Una vez elaborada la versión definitiva del instrumento, la recogida de datos abarcó de agosto a noviembre de 2022.

### 3. Resultados

A continuación, se presentan los resultados relativos al segundo y tercer objetivo de este trabajo, relacionados con la Subdimensión La visibilidad de la dimensión educativa de la web y de la mediación artística, dentro de la Dimensión Contenido de la web.

Para abordar el segundo objetivo, la presencia de la dimensión educativa en las webs, se exploraron la visibilidad de la faceta educativa de la institución, la sección educativa de la institución, los elementos educativos, y la situación de los profesionales dedicados al ámbito educativo en los museos.

En la página de inicio de 24 webs (72,7%) queda reflejada claramente la faceta educativa del museo, mientras que en las 9 webs restantes no (27,3%). La educación aparece claramente reflejada en los objetivos o la misión de la institución de 16 webs (45,5%). Sirva como ejemplo, el siguiente fragmento extraído de la misión de una de las webs analizadas [se omite el nombre del museo por cuestiones de confidencialidad]:

Como agentes de difusión y promoción de la cultura científica, así como de la educación en general, instituciones como el Museo [...] cumplen en este sentido una doble función. Por un lado, contribuyen significativamente al proceso de alfabetización científica de la sociedad como elemento complementario al sistema educativo, durante la educación formal y reglada, intentando incluso despertar las vocaciones científicas. Y, por otro, desempeñan un papel fundamental en los procesos de divulgación científica orientada hacia los ciudadanos en el contexto de la llamada «educación no formal».

Por el contrario, en 17 casos (51,3%) la educación no aparece reflejada en los objetivos o la misión de la institución.

En 28 de las webs analizadas (84,8%) aparece una sección de contenidos específicamente educativos, frente a 5 que no (15,2%). Sin embargo, solo en 20 de los casos (60,6%) se indica que el museo dispone de Departamento o Área de

Educación. La denominación que recibe el departamento de educación no es homogénea y en más de la mitad de las webs se vincula con otros ámbitos, como el Social, la Acción Cultural y la Difusión (Tabla 4).

Tabla 4  
*Denominaciones del departamento o área de educación.*

<i>Denominación</i>	<i>Número de webs</i>
<i>Departamento Educativo y Acción Cultural (DEAC)</i>	<i>7</i>
<i>Departamento de Didáctica</i>	<i>4</i>
<i>DEAC: Departamento de Didáctica</i>	<i>5</i>
<i>Departamento de Educación</i>	<i>2</i>
<i>Área Educativa y Social</i>	<i>1</i>
<i>Área de Educación y Difusión</i>	<i>1</i>

Fuente: elaboración propia.

Para profundizar en el estatus de los departamentos de educación se comprobó si éstos aparecían en el organigrama de la institución, si su estructura organizativa era visible en la web y si disponía de un espacio específico. El departamento de educación aparece en el organigrama de la institución de 4 de las webs analizadas (12,1%). Por otra parte, en 9 webs (27,3%) se muestra la estructura organizativa del departamento de educación, aunque solo en 3 de ellas (9,1%) aparece reflejado que el departamento cuenta con un director o una directora. Solo en 4 de las webs (12,1%) se indica que el departamento de Educación tiene un espacio específico. De las cuatro instituciones cuyas webs recogen el departamento de Educación en su organigrama, tres le asignan un espacio específico.

También se exploraron las formas en que era posible contactar con el departamento de educación. El medio que aparece con más frecuencia es el correo electrónico del departamento, 17 casos (51,5%); le sigue el teléfono del departamento, 12 webs (36,4%); a continuación, un mensaje dirigido al departamento en un recuadro dejando los datos de contacto, 9 casos (27,3%); en 3 webs (9,4%) el contacto era el propio museo y solo una web (3,0%) ofrecía la dirección de correo electrónico institucional de las educadoras.

Respecto a los elementos educativos presentes en las webs de los museos analizados los más frecuentes son actividades educativas que aparecen en 27 museos (81,8%). Los programas y proyectos educativos son visibles en 23 webs (69,7%). La descripción detallada de estos programas es menos frecuente, aparece en 15 webs (45,5%). Las webs que disponen de proyectos que pueden realizarse on line, son escasas, 4 webs (12,1%). Algo más frecuentes son las visitas virtuales autodirigidas presentes en 11 webs, 33,3%, y las visitas guiadas que aparecen en 9 webs (27,3%). Solo en 3 webs (9,1%) constan actividades o programas educativos que comenzaron a ofertarse como consecuencia de las limitaciones de aforo y movilidad debido a la Covid-19.

Los datos que aportan las webs sobre la situación de educadores o educadoras de museos son escasos. Así, sólo una web (3,0%) de las 33 analizadas indica la cantidad de educadoras que trabajan en el departamento (2). En las webs no aparece información sobre la cualificación de las personas que trabajan en los departamentos de educación, ni ofertas de empleo. Tampoco aparece en las webs información sobre recepción por parte del museo de alumnado en prácticas de estudios de grado o de másteres universitarios. Por último, solo en una (3,0%) de las 33 webs aparece información sobre convocatorias de contratación de servicios para la realización de proyectos o actividades educativas en el museo por agentes externos.

Para dar cuenta del objetivo 2, la presencia de la mediación artística en la web de la institución, se exploró la visibilidad de la mediación artística, de los programas y proyectos de mediación artísticos presentes en las webs institucionales.

En la muestra analizada la visibilidad de la mediación artística es escasa. Apenas en 3 de las webs (9,1%) aparece la mediación artística en los objetivos o misión de la institución. Solo en una de las webs analizadas (3,0%) se menciona la mediación artística en la sección correspondiente a los Departamentos de Educación. En esa misma web (3,0%), existe algún apartado específico dedicado a la mediación artística y aparecen convocatorias de contratación de servicios para la realización de programas o proyectos de mediación artística en el museo por agentes externos.

Los programas o proyectos de mediación artística, definidos como tales, sólo están presentes en 3 de las webs analizadas (9,1%), aunque ninguna de ellas presenta una descripción detallada de los mismos. No obstante, los resultados indican que 6 de las webs (18,2%) presentaban programas que, si bien no se definen como programas de mediación artística, cumplen con criterios asignados a la mediación artística en el instrumento elaborado. Los cuatro criterios mínimos para considerar una iniciativa como programa de mediación artística son: tener un objetivo educativo explícito que persigue el desarrollo personal y colectivo de los participantes; que en él participa una persona, mediadora o educadora, que desempeña funciones de guía; que se desarrolle mediante un procedimiento abierto, cuya secuencia no esté cerrada; y que no pretende que los participantes aprendan contenidos sobre el arte, ni que produzcan una obra de arte. Por último, las webs analizadas no ofrecen programas o actividades orientadas a la formación en mediación artística para profesionales externos a la institución (docentes, educadoras/es o mediadoras/es).

#### **4. Discusión y conclusiones**

Este trabajo estudia la dimensión educativa de las webs institucionales de los museos como pieza clave para comprender el papel educativo de estas instituciones. La realidad social se sustancia en lo virtual y lo virtual se trasmuta al mundo social (Úcar, 1997). A esta ubicuidad de lo virtual no escapan las instituciones museísticas que en la actualidad precisan, como parte de su mera existencia, estar presentes en la web (Bowen y Giannini, 2019). Por esa razón, este estudio parte del axioma de que

estudiar las webs institucionales de los museos es un acercamiento al estudio de los propios museos.

El análisis de las webs presentó en sí mismo un reto que exigió abordar el primer objetivo. No teníamos constancia de la existencia de un instrumento que sirviese para analizar la dimensión educativa de las webs museísticas. El instrumento empleado y presentado en este estudio fue fruto de un cuidadoso proceso de elaboración que aunó el conocimiento sobre la educación, la mediación artística, los museos y el análisis de webs de naturaleza educativa. En este proceso, la familiarización con las webs de museos y las valoraciones de los jueces fueron esenciales para construir un instrumento que fuera capaz de analizar, con la calidad suficiente y de forma amplia la faceta educativa de las webs. Analiza desde la presencia de lo educativo en la misión de las webs hasta las características específicas de las actividades educativas presentes en las webs, además de la facilidad de acceso y navegación de las webs. Esperamos que este instrumento que, por razones de su extensión, no se ha incorporado en este artículo (Carrera, 2024), resulte útil para ampliar la investigación en este ámbito. Pensando en su utilidad para futuras investigaciones se procuró que su aplicación resultase lo más sencilla posible. El análisis del contenido de webs ricas en información resulta un trabajo arduo y debe afrontarse a través de un instrumento lo más eficaz posible. No en vano, su aplicación a la web de un museo puede ocupar más de 3 horas de trabajo meticuloso, pues es necesario revisar y registrar la web en su conjunto, así como una muestra de actividades educativas.

Los resultados encontrados respecto al segundo objetivo son ambivalentes. Pueden interpretarse como evidencia de la presencia del ámbito educativo en las webs de los museos, pues en la mayoría de las webs (72,7%) la educación está presente en las páginas de inicio. Pero a la vez son evidencia de lo limitado o reducido de esa presencia, según los casos. Sorprende que con los cambios de perspectiva en la conceptualización de los museos desde la *nueva museología* a la *museología crítica* (Peters, 2019), la dimensión educativa de los museos no sea visible en la página de inicio en el 27,3% de las webs de la muestra analizada. Este dato pone en cuestión la penetración de este cambio en la realidad de las instituciones museísticas analizadas. Además, en más de la mitad de las webs estudiadas (55,5%) la educación no aparece recogida en la misión de las instituciones. Este dato, muestra que la educación no parece considerarse, institucionalmente, como una parte esencial de la contribución de la institución a la sociedad. Por tanto, desde el punto de vista del potencial educativo de estas instituciones en la sociedad este resultado debería ser motivo de reflexión.

Pese a esta debilidad, la mayoría de las webs analizadas cuentan con espacios destinados específicamente a contenidos educativos. En esa línea, el 60,6% de las webs cuenta con departamento de educación. Sin embargo, esos departamentos de educación no aparecen de forma independiente sino vinculados a otras esferas de actuación. Más aún, el departamento de educación como signo de la relevancia de lo

educativo en los museos aparece en el organigrama de apenas 4 webs (12,1%) de las 33 analizadas.

La mayor parte de las webs ofrece información sobre actividades educativas. En menor medida se informa sobre programas y proyectos educativos de la institución cuya existencia muestra una mayor elaboración de las propuestas educativas del museo. Las webs que ofrecen información detallada de sus programas educativos no llegan a la mitad de las analizadas (45,5%).

Posiblemente, la escasa o nula información sobre las educadoras y educadores de museos sea uno de los datos más reveladores de este estudio sobre el grado de importancia concedida a la educación en las webs institucionales. Que solo una de las webs informe sobre la cantidad de educadoras que trabajan en el museo, al tiempo que las webs no informen sobre la posibilidad de realizar prácticas formativas o sobre convocatorias laborales muestran, a nuestro entender, que la educación en museos parece no tener una clara identidad profesional y que en las webs la información sobre los y las profesionales no parece ser relevante para la institución.

Respecto al tercer objetivo, los resultados y su interpretación son inequívocos: la mediación artística es una asignatura pendiente en las webs de los museos. La visibilidad de la mediación artística en las webs es muy baja. Solo en 3 de las webs analizadas (9,1%) aparece la mediación artística en la misión de la institución. La mediación artística no consta en la inmensa mayoría de las secciones dedicadas a los departamentos de educación. Además, la inmensa mayoría de las webs no hacen referencia a la mediación artística entre los programas o proyectos educativos.

Antes de concluir es preciso señalar algunas limitaciones de este trabajo. Aunque consideramos que las webs son parte integrante de las instituciones y no un mero reflejo de estas, este estudio ha indagado solo las webs. Es decir, no se ha estudiado toda la actividad, presencial y virtual, de la institución. Esta limitación es consustancial a este estudio y por ello en este trabajo se hace continua referencia a las webs y no a la actividad de los museos. A esta consideración es preciso añadir que crear y mantener un sitio web supone una inversión económica importante y un esfuerzo continuado de actualización. En ese sentido, cabría la posibilidad de que las instituciones analizadas estén orientadas principalmente a las actividades presenciales y no a la dimensión virtual de la institución.

Estudiar el contenido educativo de las webs no es una tarea fácil. Construir un instrumento sensible y manejable para su análisis ha sido un reto. La necesidad de contar con jueces capaces (Escobar y Cuervo, 2008) que dedicasen su tiempo a su valoración limitó el número de jueces implicados en el proceso. No obstante, sus valoraciones fueron esenciales para la construcción del instrumento final. Consideramos que el instrumento construido puede servir para conocer la dimensión educativa de los museos y avanzar en su consolidación.



## Referencias bibliográficas

- Acaso, M. (coord.) (2011). *Perspectivas. Situación actual de la educación en los museos de artes visuales* (Cuaderno 30). Fundación Telefónica/Ariel.
- Álvarez, M.D. (2007). El museo como comunidad de aprendizaje, en R. Huerta y R. de la Calle (Eds.), *Espacios estimulantes: museos y educación artística*, Universitat de València, Servei de Publicacions, MuVIM, 109-127.
- Álvarez-García, O., Sureda-Negre, J. y Comas-Forgas, R. (2018). Diseño y validación de un cuestionario para la alfabetización ambiental del profesorado de Primaria en formación inicial. *Profesorado, Revista de Currículum y Formación del Profesorado*, 22(2), 309-328.  
<https://doi.org/10.30827/profesorado.v22i2.7725>
- Álvarez-Herrero, J.F. y Roig-Vila, R. (2019). Las páginas web de los centros educativos. Análisis de la situación actual en la Comunidad Valenciana. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (50), 129-147.  
<https://doi.org/10.15198/seeci.2019.50.129-147>
- Álvarez-Rodríguez, D., Marfil-Carmona, R. y Báez-García, C. (2019). Investigación de impacto sobre la formación en mediación y educación en museos: análisis de la Web of Science. *Revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado*, 22(1). <https://doi.org/10.6018/reifop.22.1.357731>
- Angarita, D.F. (2021). Educación y uso de las tecnologías en páginas web de museos, *Revista EURITMIA*, 6, 34-39.
- Arriaga, A. (2019). De la educación a la mediación. Tensiones en torno a la situación de las educadoras y el trabajo con los públicos en museos y centros de arte. *Her&Mus. Heritage & Museography*, 20, 189-206.  
<https://doi.org/10.34810/hermusn20id369682>
- Bowen, J. P., y Giannini, T. (2019). The digital future for museums [El futuro digital de los museos] in T. Giannini y J.P. Bowen (Eds.), *Museums and Digital Culture: New Perspectives and Research [Museos y Cultura Digital: Nuevas perspectivas e Investigación]* (pp. 551-577). Springer.
- Caballero, F. J. (2012). Espacios expositivos virtuales: Proyecto UMUSEO, una nueva opción para la difusión artística. *Virtual Archaeology Review*, 3(7), 44-49.  
<https://doi.org/10.4995/var.2012.4384>
- Cagigal, P. (2017). Los museos como mediadores de la memoria en la era digital. *Índex, revista de arte contemporáneo*, (3), 22-30.  
<https://doi.org/10.26807/cav.v0i03.47>

- Carrera Rossi, M. M. (2024). *Instrumento de Análisis de Webs de Instituciones Museísticas y Culturales*. (IAMuWeb). <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/39237>
- Castell, J. (2019). *Educación abierta y recursos educativos en los sitios web de los museos en España (2012-2018)*. Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona. <http://hdl.handle.net/10803/671570>
- Cortés, A. y Sánchez, R. (2019). Análisis del uso de la tecnología en los museos: los museos inteligentes. Estudio de casos en la ciudad de Madrid. *Revista internacional de turismo, empresa y territorio*, 3(1), 96-139. [DOI:10.21071/riturem.v3i1.11190](https://doi.org/10.21071/riturem.v3i1.11190)
- Daniels, H. (2003). *Vygotsky y la pedagogía*, Paidós.
- Domínguez, A., y Antoñanzas, M. (2015-2016). Formación y educación en museos: un diálogo a varias voces. *Museos.es: Revista de la Subdirección General de Museos Estatales*, 11-12, 97-117. [https://www.libreria.cultura.gob.es/libro/formacion-y-educacion-en-museos-un-dialogo-a-varias-voces\\_1265/](https://www.libreria.cultura.gob.es/libro/formacion-y-educacion-en-museos-un-dialogo-a-varias-voces_1265/)
- Escobar, J. y Cuervo, A. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: Una aproximación a su utilización. *Avances en Medición*, 6(1), 27-36.
- Fernández, L. y Fernández, I. (2012). *Nueva museología: planteamientos y retos para el futuro*. Alianza.
- Fernández-Hernández, R., Vacas-Guerrero, T. y García-Muiña, F. (2021). La comunicación digital en los museos. Estudio comparado de las herramientas de la web 2.0. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 24(24), 102-120. <https://doi.org/10.7263/adresic-024-06>
- García-Madariaga, J., Recuero, N. y Blasco, F. (2017). La influencia de las páginas web de los museos en las intenciones de los usuarios. *ESIC Market Economic and Business Journal*, 48(157), 393-416. [DOI: 10.7200/esicm.157.0482.4e](https://doi.org/10.7200/esicm.157.0482.4e)
- Giannini, T., y Bowen, J. P. (2019). Transforming education for museum professionals in the digital age [Transformando la educación para los profesionales de museos en la era digital] in T. Giannini y J.P. Bowen (Eds.), *Museums and Digital Culture: New Perspectives and Research [Museos y Cultura Digital: Nuevas Perspectivas e Investigación]* (pp. 457-480). Springer.
- González-García, R. (2019). El giro educativo del arte como herramienta para la transformación social en los nuevos museos del siglo XXI. *Eikón Imago*, 14, 199-216. <https://doi.org/10.5209/eiko.73434>

- Hervás, R., Tiburcio, E., y Tudela, R. (2018). Aproximación a la acción cultural de los museos en España. De la democratización a la democracia cultural. *ICOM Education*, 28, 49-68 <https://ceca.mini.icom.museum/es/publicaciones/icom-education/>
- López-Aparicio Pérez, I., y Cejudo Mejías, V. (2020). La mediación cultural a través de la práctica artística. Cuando no existía la palabra... *Arteterapia. Papeles de arteterapia y educación para la inclusión social*, 15, 121-134. <https://doi.org/10.5209/arte.65572>
- López, E. y Alcaide, E. (2011) Una historia sobre los departamentos de educación y las educadoras en los museos españoles, en María Acaso. *Perspectivas. Situación actual de la educación en los museos de artes visuales* (Cuaderno 30, pp. 13-30). Fundación Telefónica/Ariel. [https://publiadmin.fundaciontelefonica.com/media/es/que\\_hacemos/media/publicaciones/Perspectivas.pdf](https://publiadmin.fundaciontelefonica.com/media/es/que_hacemos/media/publicaciones/Perspectivas.pdf)
- Marqués, P. (1999). Criterios para la clasificación y evaluación de espacios web de interés educativo. *Educar*, 25, 95-111. <https://doi.org/10.5565/rev/educar.296>
- Mörsch, C. (2009). At a crossroads of Four Discourses: documenta 12 Gallery Education in between Affirmation, Reproduction, Deconstruction, and Transformation [En la encrucijada de Cuatro Discursos: documenta 12 Educacion Museística entre la Afirmación, la Reproducción, la Deconstrucción y la Transformación], in Carmen Mörsch and the research team of documenta 12 (Eds.). *documenta 12 education. Between Critical Practice and Visitor Services. Results of a research project* [educación documenta 12. Entre la Práctica Crítica y los Servicios a los Visitantes. Resultados de una investigación] (pp-9-31). Institute of Art Education/Diaphanes.
- Orozco, G. (2005). Los museos interactivos como mediadores pedagógicos. *Sinéctica. Revista Electrónica de Educación*, 26, 38-50. <https://doi.org/10.17227/01203916.5500>
- Peters, T. (2019). ¿Qué es la mediación artística? Un estado del arte de un debate en curso. *Corima, Revista de Investigación en Gestión Cultural*, 4(6). [doi:10.32870/cor.a4n6.7134](https://doi.org/10.32870/cor.a4n6.7134)
- Rodrigo, J. (2012). Els museus com a espais de mediació: polítiques culturals, estructures i condicions per a la col·laboració sostenible en contextos, en LABmediació del CA Tarragona (2012) *Obert per Reflexió: Un Laboratori de treball en xarxa i producció artística i cultural* (pp. 43-48). CA Tarragona Centre d'Art (Ajuntament de Tarragona/Generalitat de Catalunya).

- Rodríguez, S. (2019). La función comunicativa y educativa de los entornos virtuales de los museos. *Culturas. Revista de Gestión Cultural*, 6(2), 65-86. <https://doi.org/10.4995/cs.2019.12442>
- Rubiales, R. (2012). El museo contemporáneo, Catalizador de futuro. *Museum Education and New Media. ICOM Education*, 23, 8-14. <https://ceca.mini.icom.museum/es/publicaciones/icom-education/>
- Rubiales, R. (2020). Cartografía breve de pedagogías contemporáneas, *Museum Education. ICOM Education*, 29, 51-64. <https://ceca.mini.icom.museum/es/publicaciones/icom-education/>
- Santana, P. J., Eirín, R., y Marín, D. (2017). Análisis y evaluación de portales institucionales en España. Los casos de Canarias, Galicia y Valencia. *RELATEC: Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 16(2), 29-48. <https://doi.org/10.17398/1695-288X.16.2.29>
- Tardío-Crespo, V. y Álvarez-Álvarez, C. (2018). Análisis de las Páginas Web de los Centros Públicos de Educación Secundaria de Cantabria (España). *REICE: Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 16(3), 49-65. <https://doi.org/10.15366/reice2018.16.3.003>
- Torres, L. (2005). Elementos que deben contener las páginas web educativas. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 25, 75-83. <https://recyt.fecyt.es/index.php/pixel/article/view/61252/37266>
- Úcar, X. (1997). Realidad social - Realidad virtual II, *Pedagogía social: revista interuniversitaria*, 15-16, 235-264.
- Villaespesa, E. (2018). Evaluación de la estrategia digital en los museos: métodos y herramientas para web, redes sociales y móviles, *Periférica Internacional. Revista para el análisis de la cultura y el territorio*, 19, 38-53. <http://dx.doi.org/10.25267/Periferica.2018.i19.06>

### Contribuciones del autor:

M.M.C.R.: revisión bibliográfica, construcción del instrumento, aplicación del instrumento de recogida de datos, revisión del borrador y elaboración del manuscrito. J.A.R.H.: construcción del instrumento, análisis estadísticos, descripción de resultados, revisión del borrador y elaboración del manuscrito. P.J.S.B.: revisión bibliográfica, construcción del instrumento, análisis estadísticos, descripción de resultados, revisión del borrador y elaboración del manuscrito.

**Financiación:** Esta investigación no recibió financiación externa.

**Agradecimientos:** Queremos expresar nuestro agradecimiento a las personas que han participado como jueces en esta investigación.

**Conflicto de intereses:** No existe conflicto de intereses para la publicación de este manuscrito.

**Declaración ética:** En este trabajo se ha realizado conforme a los principios éticos establecidos por la comunidad científica. El código de referencia de aprobación de la investigación por el comité ético de nuestra universidad es: CEIBA2023-3351.

### Cómo citar este artículo:

Carrera Rossi, M. M., Rodríguez Hernández, J. A. y Santana Bonilla, P. J. (2024). Validación de un instrumento de análisis de webs de museos. La dimensión educativa: un estudio exploratorio en Canarias. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 28 (3), 333-353. DOI: <https://doi.org/10.30827/profesorado.v28i3.30860>