

**CAPÍTULO I  
DIMENSIÓN CONTEMPORÁNEA DE LA OBRA DE ARTE**

I.1. La búsqueda de una identidad nueva para la obra de arte	25
I.2. ¿Original o copia? Imagen múltiple, democracia cultural y nuevos soportes	34
I.3. La pérdida de la objetualidad de la obra de arte	41

**CAPÍTULO II  
LOS SOPORTES MAGNETO-ÓPTICOS E INTERNET: NUEVOS ESPACIOS  
PARA LA CREACIÓN Y LA COMUNICACIÓN ARTÍSTICA**

II.1. Los soportes magneto-ópticos	54
II.1.1. CD-ROM	57
II.1.2. CD-I	60
II.1.3. DVD	62
II.2. Las tecnologías de la comunicación	67
II.2.1. Internet	68
II.2.1.1. Los motores de búsqueda	77
II.2.2. Las opciones on/off line	81

**CAPÍTULO III  
SOCIEDAD TECNOLÓGICA Y CIBERCULTURA**

III.1. Los fundamentos de la expresión en el nuevo medio	89
III.1.1. Hipertexto	90
III.1.2. Interactividad	95
III.1.3. Multimedia/Hipermedia	101
III.2. Las coordenadas del nuevo medio	107
III.2.1. Ciberespacio y cibercultura	108
III.2.2. Telecompra y cibermercado	110
III.2.3. Propiedad intelectual y pérdida del carácter venal de la obra de arte	114

**CAPÍTULO IV  
LO VIRTUAL: ENTRE LO REAL Y LO DIGITAL**

IV.1. Del mundo audiovisual al espacio cibernético	129
IV.2. Hitos en la concreción de la realidad virtual	132
IV.3. Morfología de un espacio inmersivo	138

**CAPÍTULO V  
DEL ARTE DEL OBJETO AL CIBERARTE**

V.1. Las manifestaciones artísticas en la era digital	155
V.2. Vídeo-arte	159
V.2.1. Vídeo-arte en España	164
V.3. Ciberarte	170
V.3.1. Arte y computadores	175
V.3.2. Arte y redes	181
V.3.3. Principales foros de ciberarte en España	185

**CAPÍTULO VI  
LOS MUSEOS COMO REFLEJO DE LOS CAMBIOS SOCIALES Y  
CULTURALES DEL SIGLO XX**

VI.1. Sociedad, museos y memoria del siglo XX	199
VI.1.1. Museos etnográficos	200
VI.1.2. Museos de Ciencia y Técnica	204
VI.1.3. Museos y centros de arte contemporáneo	206
VI.2. Arte, exhibición y arquitectura	211
VI.3. Los museos en la sociedad postindustrial	220
VI.3.1. Significación de los museos en la regeneración de las ciudades europeas	221
VI.3.2. Consumo y ocio en los museos	226

**CAPÍTULO VII  
IRRUPCIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LOS MUSEOS**

VII.1. La informatización de los museos	233
VII.2. Difusión externa y acción didáctica	239
VII.2.1. Difusión en el ámbito doméstico	245
VII.2.2. El museo en el aula	248
VII.3. Las nuevas estrategias de difusión	252
VII.3.1. Los museos en los soportes magneto-ópticos	253
VII.3.2. La difusión del museo a través de Internet	259

**CAPÍTULO VIII  
MUSEOS VIRTUALES Y DIGITALES**

VIII.1. Museo viajero, museo imaginario	268
VIII.2. Del museo participativo al museo virtual	271
VIII.2.1. Los museos virtuales en la historiografía	277

VIII.2.2. Posibilidades didácticas de los museos virtuales	280
VIII.3. Galerías virtuales	282
VIII.4. Museos y galerías digitales	285
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>287</b>

## BIBLIOGRAFÍA

1. Arte y ciberarte	
1.1. Artes plásticas	297
1.2. Ciberarte	302
2. Tecnologías de la comunicación y sociedad mediática	
2.1. Aspectos teóricos	319
2.2. Soportes	327
3. Museos	
3.1. Museología	331
3.2. Museos virtuales y digitales	345

## FUENTES

1. Directorio: Museos en CD-ROM	351
2. Directorio: Museos en CD-I	375
3. Directorio: Museos en Internet	381
3.1. Museos Nacionales	381
3.2. Museos Extranjeros	389
3.3. Directorios de Museos	397
4. Directorio: Galerías en Internet	401
5. Directorio: Ciberarte	403
6. Directorio: Instrumentos de difusión en la red	412
6.1. Instituciones y organizaciones	412
6.2. Formación e investigación	416
6.3. Sedes	420
6.4. Exposiciones	426
6.5. Revistas	428
6.6. Directorios	433
6.7. Buscadores y guías	436
6.8. Páginas de artistas	438
6.9. Asociaciones españolas independientes	440