

Oportunidades

Con la irrupción de las nuevas tecnologías de la información la sociedad ha cambiado radicalmente su forma de comunicarse con otras personas, así como sus hábitos de ocio y consumo cultural.

Las asociaciones de Amigos y los museos tienen ante sí el desafío de incorporar y aprovechar estos recursos, teniendo en cuenta que la red se hace necesaria para su existencia (“si no estás en internet, no existes”).

Las posibilidades que ofrece internet son especialmente relevantes para instituciones de pequeña o mediana dimensión, ya que permiten una visibilidad de la entidad y sus actividades, que difícilmente se podrían conseguir a través de los medios convencionales.

Las nuevas tecnologías ofrecen más oportunidades para el acceso a la cultura de personas con discapacidad, a la vez que favorecen el interés y participación de colectivos nacidos en la era digital: los jóvenes.

Los nuevos hábitos de consumo cultural



Dra. M^a Luisa Bellido Gant

Profesora titular de Historia del Arte de la Universidad de Granada

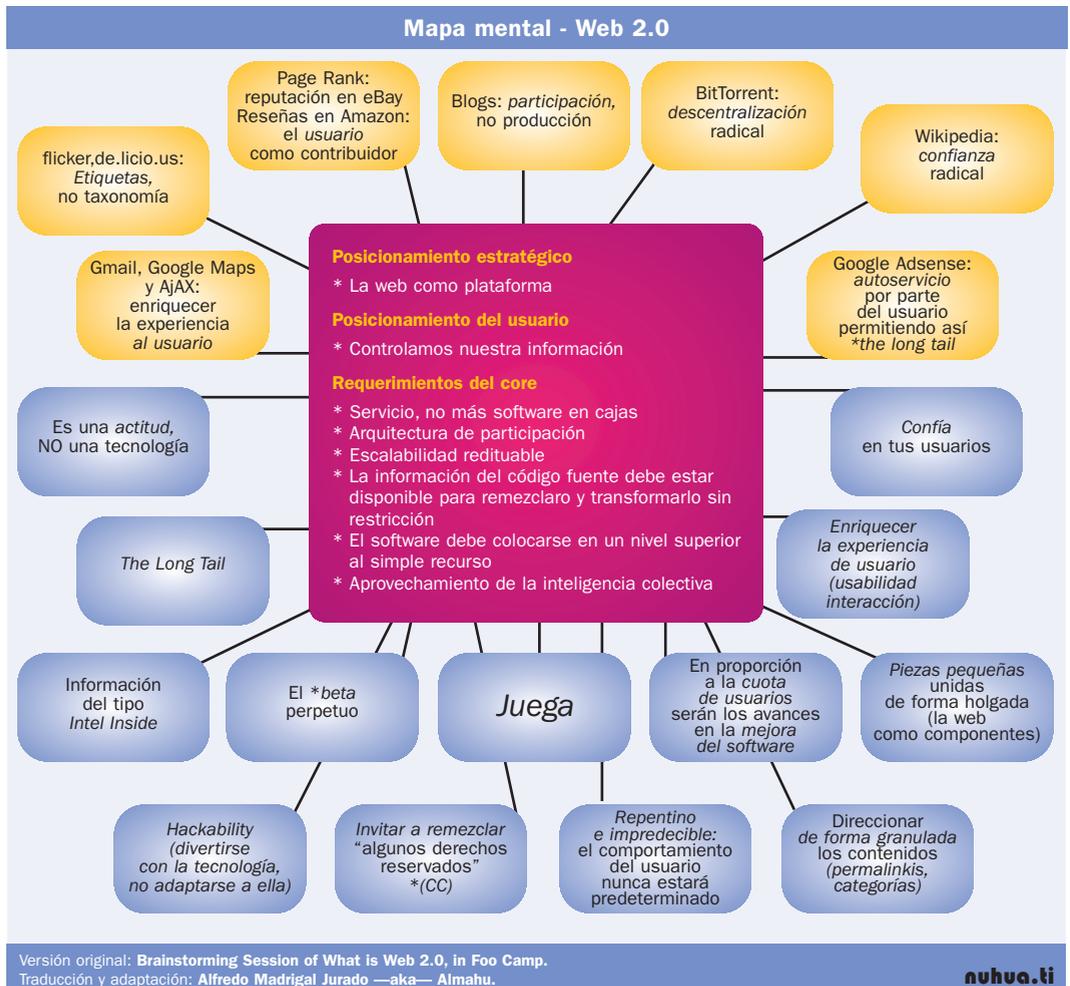
María Luisa Bellido Gant, profesora titular de Historia del Arte de la Universidad de Granada, analiza el impacto que las nuevas tecnologías han tenido en la relación del museo con el visitante, permitiendo una mayor accesibilidad y abriendo un amplísimo abanico de recursos didácticos que escapan más allá de la mera observación de la obra de arte.

La sociedad contemporánea se caracteriza por un deseo de conservación y de entusiasmo por el pasado que Lipovetsky denomina “efecto patrimonio”, caracterizado por la multiplicación de museos, emplazamientos culturales, ciudades y monumentos clasificados, producto del empeño por proteger la herencia histórica. En este interés patrimonialista las posibilidades que las tecnologías de la información y la comunicación pueden ofrecer como instrumento de difusión potenciarán el esfuerzo colectivo por conservar nuestro acervo patrimonial. Las posibilidades que el medio digital ofrece posibilitan la democratización del acceso a la información, lo que redundará en un acercamiento al bien patrimonial. De esta forma, se suprimen las desigualdades geográficas entre entornos urbanos y rurales, y solamente con poseer un ordenador y una conexión telefónica se puede

acceder a la información requerida, en el momento justo y desde cualquier lugar del mundo.

La incorporación de estas tecnologías a los ámbitos patrimoniales ha abierto una ventana con un horizonte infinito de posibilidades. Sin embargo, las potencialidades que esta nueva herramienta nos ofrece se encuentran mermadas por la llamada brecha digital o *digital divide* provocada por factores económicos, geográficos, lingüísticos y científicos que pueden conducirnos a una dependencia cultural y científica más propia del siglo XIX.

La utilización de lo tecnológico en el ámbito museístico está siendo extraordinaria desde la década de los noventa. En este ámbito los aspectos relacionados con la difusión y la educación se han convertido en aspectos fundamentales dentro de los parámetros



de la nueva museología que abre el museo a la sociedad como forma de supervivencia de esta institución.

Términos como hipertexto, hipermedia, interactividad, realidad virtual o realidad aumentada han entrado a formar parte de nuestro vocabulario cotidiano y son cada vez más los que utilizan estas herramientas, sobre todo en aspectos relacionados con el patrimonio y los museos.

Las posibilidades didácticas de estas tecnologías son extraordinarias, sobre todo en el ámbito educativo, ya que pueden permitir una vivencia casi real. Desde la perspectiva de la difusión, permiten la visita remota, hacen posibles diferentes interpretaciones de los bienes organizándolos de una forma mucho más global y unitaria y facilitan la percepción de obras que combinan distintos materiales, formatos y técnicas.

“Las visitas al museo virtual de internet complementan las visitas reales y no compiten con ellas...; cuanta más gente visite el sitio del museo en internet, más gente lo visitará en la vida real”

Junto con las estrategias de difusión, estas tecnologías también pueden facilitar una información “a la carta” dependiendo de los intereses de los usuarios, centrándose en aspectos históricos, artísticos, etnológicos..., y eligiendo el grado de profundidad. Estas tecnologías pueden atraer, sobre todo, a un usuario joven totalmente familiarizado con estas herramientas y que puede convertirse en un potencial visitante en el futuro.

Una de las grandes revoluciones que nos ofrece la red son las posibilidades de la Web 2.0, que se caracteriza por un nuevo concepto de aprendizaje y enseñanza que propicia la colaboración y el conocimiento abierto y fomenta la participación del usuario. La información adquiere un carácter colectivo con sitios fáciles, útiles y ágiles donde los usuarios controlan su propia información y que permite reelaborar páginas con contenido flexible y dinámico.

Estas características se concretan en una serie de herramientas como los blogs, wikis, etiquetado social, RSS (sindicación de

contenidos), sistemas para compartir fotos, vídeo, audio, presentaciones, software... y valoración y selección colectiva de recursos (*bookmarking* social). Podemos afirmar que las prestaciones de la Web 2.0 abren un nuevo campo de experimentación y trabajo colaborativo entre los museos y sus usuarios. La existencia de museos en el medio digital es un fenómeno que ha adquirido notoria importancia en la última década. La presencia de las instituciones museísticas en la red ha pasado de permitir la concreción de ciertos objetivos a convertirse en una verdadera necesidad, abriendo las puertas a una variable inédita dentro de la “nueva museología”.

Las visitas reales al Louvre se cifraban en más de cinco millones de visitantes anuales; como contrapartida, los visitantes virtuales acudían a la página web del museo en un número cercano al millón por mes. Más del doble. En cuanto a la *www* se apuntaba que en sus albores, hacia 1993, se contabilizaban 130 sitios, contra 650.000 a principios de 1997; hoy no podríamos aseverar cuántos millones existen. En el texto de la revista *Museum* se citaba un conjunto de razones fundamentales para convencer a cualquier gestor de museos de la importancia de crear para sus instituciones un “museo virtual”. Sintetizamos algunas de ellas: su carácter de herramienta para proporcionar información al público; el carácter abierto de internet, su acceso público y gratuito; la factibilidad de llegar a un público alejado de sus zonas de acceso físico; el tener una página de presentación en la web da pedigrí añadido a los museos, “ya que su imagen de marca, su reputación de calidad y su autoridad les permiten destacarse”. Y continúan las razones: “Las visitas al museo virtual de internet complementan las visitas reales y no compiten con ellas...; cuanta más gente visite el sitio del museo en internet, más gente lo visitará en la vida real”.

El interés por potenciar estas presencias virtuales de los museos se pone de manifiesto en iniciativas como el Programa INFOLAC (Programa de la Sociedad de la Información para América Latina y el Caribe), con el auspicio de la UNESCO-Quito y el apoyo de la Universidad de Colima (México), que convocaron a participar en el concurso Premio INFOLAC Web 2005 a los Mejores Museos en Línea, con el fin de fortalecer la formación cultural informal en la región latinoamericana y caribeña con base



Museo Virtual de Arte-MUVA.



Museo Thyssen-Bornemisza.

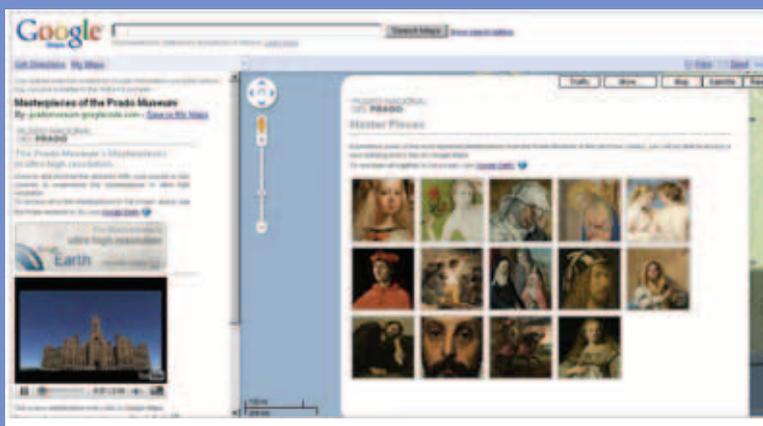
en el uso de las tecnologías de la información. Este concurso contó con el aval de la Presidencia del Comité Dominicano del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Histórico-Artísticos (ICOMOS) y el Consejo Internacional de Museos para América Latina y El Caribe (ICOM- LAC). En él participaron equipos de trabajo de América Latina y el Caribe, que desarrollaron su trabajo museográfico a través de ediciones digitales disponibles al público vía internet (páginas, sitios, portales, weblogs y otros similares), cuyo objetivo principal era exponer colecciones permanentes o temporales de arte, objetos científicos y culturales, piezas históricas o de la naturaleza.

Un caso especial lo constituye el Museo Virtual de Arte-MUVA (Uruguay) (www.elpais.com.uy/muva). Sin duda, continúa siendo el modelo más brillante de cuantos museos virtuales existen en Latinoamérica. Magnífica iniciativa apoyada por el principal diario uruguayo, *El País*, y consolidada con la tarea interdisciplinaria de arquitectos, diseñadores e historiadores que han hecho de esta institución una verdadera obra de arte digital en sí misma, sólo existente en la red. Dedicado a la difusión del arte uruguayo contemporáneo, logra el desafío de reunir en un espacio virtual obras, de las cuales muchas se hallan en los talleres de artistas y en colecciones privadas y que rara vez llegan a museos, centros de exhibición o galerías. Juntar esas obras en un único espacio real es muy difícil, pero un medio virtual permite hacerlo. Otra característica singular es el haberse

convertido en un museo franquicia. En este momento existen dos MUVA realizados en distintos momentos históricos y con distinto lenguaje de programación pero que funcionan conceptualmente como las franquicias de otros grandes museos como el Guggenheim, el Louvre o el Ermitage.

Afortunadamente son cada vez más los museos españoles que se esfuerzan por ofrecer unas presentaciones digitales acordes con la categoría de la institución que representan. Sería interminable reseñar todas aquellas páginas de calidad, aunque no debemos olvidar por su diseño, recursos didácticos, catálogo online, visita virtual y presentaciones por edades el Museo Thyssen-Bornemisza (<http://www.museothyssen.org/thyssen/>), el Museo Guggenheim de Bilbao (<http://www.guggenheim-bilbao.es>), el Museo Arqueológico de Alicante (<http://www.marqalicante.com/>), premiado como Museo Europeo en 2004, o la propia Fundación Lázaro Galdiano (www.fgl.es), que recoge información sobre la propia institución y la revista *Goya*.

Queremos concluir reseñando dos recientes iniciativas de gran interés en dos de las pinacotecas más importantes del país. Nos referimos a "Obras maestras del Prado en Google Earth" y "Tu ciudad en el Thyssen" en Flickr. En el primer caso se trata de realizar una visita al Museo madrileño por medio de Google Earth. Una experiencia pionera para ver reproducciones de algunas de las obras más significativas del Museo con una calidad excepcional. Para ello



Obras maestras del Prado en Google Earth.

se han digitalizado las imágenes con cerca de 14.000 millones de píxeles, un nivel de detalle 1.400 veces mayor que el que obtendríamos con una cámara digital de diez megapíxeles. El proyecto permite admirar detalles imperceptibles para el ojo humano de 14 obras maestras de la pintura conservadas en la pinacoteca. *Las Meninas*, *El caballero de la mano en el pecho* o *Las tres gracias* son algunas de las pinturas que se han fotografiado y que ya se pueden contemplar en Google Earth activando la capa de Edificios en 3D y haciendo clic sobre el Prado. Google Earth se puede descargar en <http://earth.google.es/> El segundo proyecto es el denominado "Tu ciudad en el Thyssen". Se trata de un enlace de Flickr en el que se puede disfrutar de 45 obras del Museo. La particularidad de la iniciativa es que junto a la imagen del cuadro se puede ver

un texto explicativo con enlaces al sitio en el que se pintó ese cuadro y que aparecen fotografiados en la actualidad. Aunque pudiera parecer una opción para ver arte sin salir de casa, el objetivo último de esta propuesta es invitar al público a realizar visitas presenciales en el Museo y facilitar al usuario más información sobre las obras de arte del Museo. Junto con las imágenes de las ciudades que se representan en los cuadros del Museo, como Berlín, Rouen, Glasgow, San Sebastián, Trieste, Palermo, Venecia, Utrecht o Londres, se incluyen enlaces con entradas de Wikipedia o a la web del propio Museo para completar la información sobre el autor, la obra o la ciudad. Se trata, en definitiva, de acercar aún más la obra de los museos al gran público, aprovechando las potencialidades que el medio digital pone a disposición del consumo cultural.



SISTEMAS DE ILUMINACION LED
EL AHORRO ECO-EFICIENTE

- ✓ Hasta un 80% de Ahorro Energético
- ✓ 50.000 horas de duración
- ✓ No aportan calor
- ✓ Amplia gama cromática (2000K-7000K)

