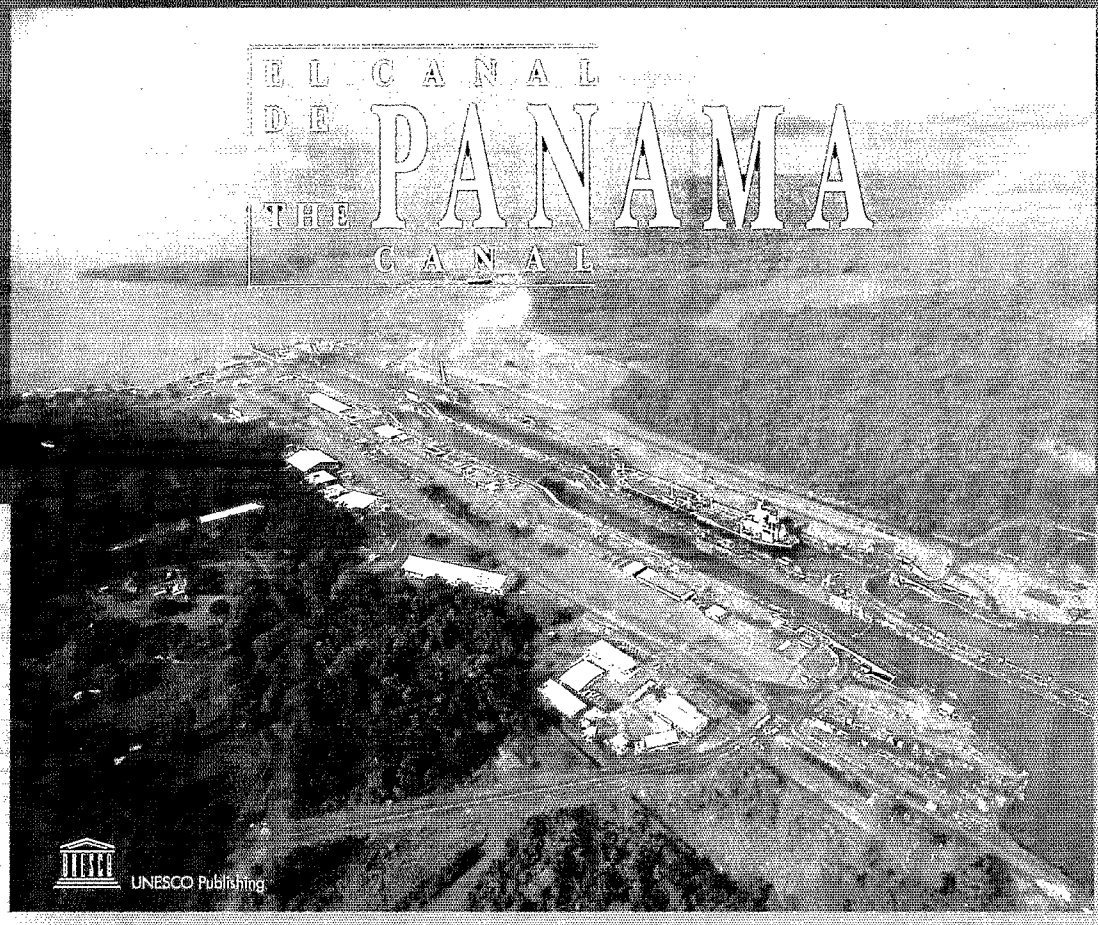
Museum Internacional

No 205 (Vol LII, n° 1, 2000)

Museos e Internet II

El Canal de Panamá

Edición especial conmemorativa del traspaso del Canal de Panamá



200 p., 30,5 x 25 cm, mapas, fotografías
ISBN 92-3-003707-9
250 FF / 38,11 €
Multilingüe: español e inglés

El Canal de Panamá:
su historia, mantenimiento,
modernización y ecología.

UNESCO

Ediciones UNESCO

7, place de Fontenoy
75352 Paris 07 SP
Francia
Fax: +33 1 45 68 57 37
Internet: www.unesco.org/publishing
E-mail: publishing.promotion@unesco.org

Nº 1, 2000

ÍNDICE

Editorial 3

Documento especial: Museos e Internet (2)

4 El museo virtual
Jonathan Bowen

8 Un museo precursor de arte electrónico en Internet
Lin Hsin Hsin

14 Eldorado virtual: el Museo del Oro en Internet
Eduardo Londoño L.

17 Cómo crear un sitio Web
Jim Angus

22 El Museo del Palacio Topkapi
A. Enis Çetin, Omer N. Gerek y Ahmed H. Tewfik

26 El MUVA: un museo virtual en el Uruguay
Alicia Haber

32 La informática al servicio de la cultura: el empleo de los medios digitales interactivos
James Devine y Ray Welland

36 Cibernética, modernismo y placer en www.moma.org
Greg Van Alstyne

Perfil 42 Un «gabinete de curiosidades» en Londres: el Museo de Sir John Soane
Mihail Moldoveanu

Niños 46 Tesón y visión: el Museo Pambata de Manila
Cristina Lim-Yuson

50 Comprender la ciudad: el museo Abasto en Buenos Aires
Cinthia Rajschmir

Secciones 54 Libros

57 Foro

ISSN 0250-4979, *Museum internacional* (París, UNESCO), nº 205 (vol. 52, nº 1, 2000) © UNESCO 2000



OBJETOS ROBADOS

Pintura al óleo sobre lienzo de Georg Krogert (1848-1876), sin firmar. Retrato del cardenal Julius Mazarini. El número de inventario 2920-D880 aparece inscrito en el marco. Dimensiones: 43 x 34 cm. Robado en un museo de Telsiai, Lituania, el 20 de septiembre de 1998.
(Referencia: MD/4878/20/LT/98 Interpol Vilna.)

Foto: cortesía del Secretariado General de la OIPC-Interpol, Lyon (Francia).

© UNESCO 2000

Editorial

En este primer número del año 2000, *Museum internactional* prosigue su viaje por el ciberespacio, haciendo algunos altos en los sitios de museos instalados en él. Algunos son museos «reales» y otros existen solamente en la imaginación de sus creadores, pero todos ellos son precursores en la explotación de un medio en perpetuo estado de cambio y evolución. Si existe un denominador común para los diversos enfoques, quizá sea el tema mismo del cambio, el reconocer que ningún museo puede, hoy en día, permanecer estático dentro de un universo en constante y acelerada expansión. De hecho, la innovación y la adaptación van a convertirse probablemente en las características más señaladas de los museos en el siglo XX.

No obstante, no podemos ignorar que este nuevo «mundo feliz» de la tecnología es un medio y no un fin en sí mismo, ni tampoco debemos olvidar que los museos existen ante todo para proteger y aumentar los tesoros que almacenan, así como para hacernos cobrar conciencia del significado e importancia que tienen esas riquezas. El espinoso problema de equilibrar el potencial de los nuevos medios de comunicación con la función ancestral del museo fue examinado en mayo de 1999 en un simposio celebrado en el Metropolitan Museum of Art de Nueva York, que congregó a los directores de los cuatro mayores museos del mundo: Philippe de Montebello, Director del Metropolitan; Pierre Rosenberg, Presidente y Director General del Museo del Louvre en París; Robert Anderson, Director del Museo Británico de Londres; y Mijail Piotrovsky, Director del Museo Estatal del Ermitage de San Petersburgo (Rusia). El periodista Carter Horsley, destacado crítico neoyorquino de arquitectura, arte y museos, asistió a los debates y merece la pena dar a conocer sus comentarios a nuestros lectores:

> El Sr. Montebello [...] cautivó al auditorio con sus comentarios sobre las preocupaciones de algunos profesionales museísticos, que «preconizan una reacción comedida ante las nuevas tecnologías» que puede considerarse «no ya prudente, sino francamente retrógrada».
>
> Montebello señaló que en el próximo decenio habría mil millones de personas conectadas a Internet, y que un ejemplar del *The New York Times* se podría transmitir por medio de la fibra óptica en un segundo [...] Asimismo, advirtió al auditorio que «probablemente la tecnología iba muy por delante de las necesidades actuales de los museos», que «se sienten forzados a demostrar que saben usar inteligentemente la tecnología del futuro»...
>
> Añadió que, sin embargo, eran los museos quienes necesitaban controlar la tecnología, «y no a la inversa». Aunque se mostró un tanto escéptico ante la «nueva retórica» que presentaba la tecnología como la salvación de los museos, en este sentido dijo que la consideraba útil y añadió que se merecería «un triple hurra» si lograba cautivar a las personas titubeantes que no se decidían a traspasar el umbral de un museo. Dijo también: «No me siento en modo alguno amenazado por la tecnología, porque tengo la certidumbre de que el objeto de arte prevalecerá». Si la tecnología seduce al internauta y despierta en él ansias de conocer la realidad, entonces «la conexión» puede ser un «terreno fértil para la imaginación» y resultar útil. Observó, por último, que de todas maneras, una «cibervisita» a un museo nunca sería tan valiosa como una «experiencia directa».
>
> Al preguntarse si la función del museo debía consistir en «dirigir o limitarse a seguir la corriente», Pierre Rosenberg resumió escuetamente las preocupaciones manifestadas por el Sr. Montebello [...] Recordó que el Louvre había sido uno de los primeros museos en adoptar Internet, ya que había abierto un sitio en 1995, pero admitió que, personalmente, era «menos optimista» que otros en cuanto a su potencial. A este respecto, dijo: «El ojo del experto es insustituible, y si bien es cierto que algunas bases de datos informatizadas permiten una mayor rapidez, no son necesariamente mejores que algunos catálogos realizados en el siglo XIX».
>
> Robert Anderson también se situó en una perspectiva histórica y recordó que, en el siglo XIX, cuando la fotografía estaba en sus inicios, algunos proclamaron precipitadamente: «¡La pintura ha muerto!» [...] Las observaciones de Anderson fueron bastante aleccionadoras, sobre todo en relación con el proyecto de centro de recursos «enciclopédico» con el que muchos sueñan, y al que también se refirió Rosenberg durante su intervención [...] Desde finales de los años setenta, el Museo Británico comenzó a crear un banco de datos para catalogar su colección de siete millones de objetos. Anderson estimó que, para finales del presente año, ya se habrán introducido en ese banco los datos correspondientes a 1.800.000 objetos, si bien es probable que el proyecto no quede ultimado antes del año 2020.
>
> Mikhail Piotrovsky señaló que había tenido recientemente la ocasión de escuchar casualmente una conversación entre dos niños en una de las galerías del Palacio. Uno le decía al otro que tal vez estaba libre en ese momento una de las computadoras-terminales del museo y quizás podrían usarla nuevamente. Piotrovsky pensó entonces que «la tecnología podría ser la antecámara del museo».
>
> En el sitio Internet del Louvre (http ://www.louvre.fr) se recibieron varios miles de respuestas a una encuesta efectuada entre sus visitantes. El resultado indicó que las personas más sensibilizadas al sitio eran las que tenían entre 25 y 45 años [...] Aproximadamente las dos terceras partes de los que contestaron al cuestionario estimaron que ese sitio no puede reemplazar al museo, sino más bien incitar a visitarlo.
>
> Aunque muchos se burlan de la transformación de una cantidad considerable de centros museísticos en bazares, no se puede negar que, al fin y al cabo, el mejor cliente de un museo es el consumidor ilustrado. A los observadores del mundo del arte que se preocupan legítimamente por el hecho de que las reproducciones puedan quitarle de algún modo valor a las obras de arte originales, quizá se les haya pasado por alto lo que señaló el Sr. Rosenberg con respecto a la importancia de inculcar tempranamente un sentido estético al público por todos los medios posibles, incluyendo los museos «virtuales» de nuestros días.[1]

Nuestros lectores podrán encontrar también en este número dos artículos sobre el tema de la creación de nuevos museos para niños, una tendencia que evoluciona a pasos agigantados. La impronta que ha dejado la preocupación por el futuro en los años que han precedido a este nuevo siglo quizá sea la causante de que el universo museístico haya cobrado mayor conciencia de la necesidad de atraer a visitantes jóvenes, que podrían convertirse en los aficionados a los museos del día de mañana.

M.L.

Nota

1. Carter B. Horsley, «Art Museums, the Internet and New Technology», The City Review, 10 de mayo de 1999 (www.thecityreview.com/intermus.html).

El museo virtual

Jonathan Bowen

Son muchos los que consideran a Jonathan Bowen como el «padre fundador» de las páginas museísticas de la Biblioteca Virtual (www.icom.org/vlmp), uno de los sitios más importantes de Internet en materia de museos. El autor es profesor en el Departamento de Informática de la Universidad de Reading (Reino Unido), donde dirige el Grupo Técnico sobre Métodos Formales e Ingeniería de Soportes Lógicos. Con anterioridad, fue investigador principal en el Laboratorio de Informática de la Universidad de Oxford. Desde 1977 se ocupa de informática tanto en la industria como en el mundo académico y ha participado en más de 15 comités de programa, entre ellos un importante grupo de trabajo en el marco de ESPRIT, el programa de tecnologías de la información de la Unión Europea. Autor de 140 publicaciones, entre las que figuran nueve libros, Jonathan Bowen fue galardonado en 1994 con el Premio Charles Babbage de la Institución de Ingenieros Electricistas, IEE. En 1997 fue presidente honorario, presentador y orador invitado en la primera conferencia sobre «Los museos y la Web», y ha participado activamente en las que siguieron.

Este número de *Museum internacional,* como el anterior, está dedicado a los museos en línea. En el primer número estudiábamos la formación y organización de «comunidades» de museos en línea; en éste examinamos la experiencia de algunos museos con Internet y la Web al hacer su presentación en línea.

Los museos suministran tradicionalmente información, recurriendo a sus colecciones e interpretándolas para sus visitantes. Las escuelas, el gran público, los turistas, los estudiosos, es decir, todos los visitantes potenciales de un museo, son receptores de información. Antaño tenían que recurrir a los proveedores de información, pero gracias a la aparición de Internet, cada vez son mayores sus posibilidades de ponerse en contacto con los receptores, que pueden encontrarse en su casa, en el trabajo, en la escuela o en una biblioteca, por ejemplo. Los museos se encuentran en condiciones favorables para suministrar un auténtico contenido que resulte atractivo para los usuarios de la Red.

La creación de un sitio Web puede resultar una tarea difícil para los museos. Ante todo, hay que preguntarse «¿por qué queremos o necesitamos un sitio Web?» Las respuestas serán distintas de un museo a otro, pero es de la mayor importancia estudiar la experiencia desde el punto de vista de los visitantes virtuales y el beneficio que esperan obtener del sitio Web del museo, en vez de limitarse a sopesar lo que éste puede ofrecer. Un museo en línea ha de constituir su propia comunidad de visitantes virtuales, pero debe igualmente fomentar la asistencia física de visitantes de carne y hueso. A este respecto hay que considerar determinados puntos cuando se va a crear un sitio Web:

- No hay que tratar de reproducir la experiencia museística «tradicional». La Web es un medio diferente, con sus ventajas e inconvenientes propios, que deben explotarse para realzar la experiencia del visitante virtual. Con un costo relativamente bajo, ya que el almacenaje en discos de computadora es poco costoso, se pueden facilitar en línea enormes cantidades de información, por ejemplo, las bases de datos con catálogos de museos.
- Todas las páginas de un sitio Web deben estar dotadas de auxiliares de navegación claros y coherentes, de modo que el visitante pueda desplazarse con facilidad en el interior del sitio. En un museo real, por ejemplo, puede ser difícil localizar desde algunas galerías el vestíbulo de entrada, pero, en un museo virtual, todos los emplazamientos deben tener un hiperenlace para volver directamente a la página inicial del museo.
- Se deben evitar las imágenes gráficas de alta calidad, a menos que se desee, explícitamente, que puedan ser aprovechadas por otros. Ese tipo de imágenes se cargan con mucha lentitud y nunca deberían figurar en las páginas de navegación de un sitio Web. Además, pueden plantearse problemas de derecho de autor, y merece la pena incluir la mención correspondiente donde convenga, si bien el derecho de autor en línea es un tema sometido a constante evolución. Los visitantes virtuales quieren imágenes, de modo que debe haberlas, aunque de baja y mediana resolución (que no son aptas para ser impresas pero resultan adecuadas para la pantalla).
- Un motivo habitual para buscar el sitio Web de un museo es conseguir información cuando el museo se encuentra muy lejos del lugar donde vive el visitante. Esto permite al museo darse a conocer y puede incluso propiciar una visita real si la persona se encuentra alguna vez

cerca del museo. Este tema merece ser estudiado para poder determinar con exactitud hasta qué punto los efectos se dejan sentir en la práctica. Sea como fuere, lo más probable es que la influencia aumente exponencialmente a medida que se generalice el uso de la propia red.

Tal vez el punto de mayor importancia en el diseño del sitio Web de un museo es la página inicial adonde llegan la mayoría de los visitantes virtuales. La página inicial y otras páginas importantes y muy visitadas deben cargarse rápidamente. Los recursos de carga lenta (imágenes de alta definición, medios interactivos, vídeo, sonido, etc.) sólo deben presentarse al visitante virtual cuando éste ha llegado a un punto de especial interés (relacionado, por ejemplo, con un objeto o una galería concretos del museo).

Un servicio interesante que pueden prestar los museos es presentar exposiciones virtuales en línea, que pueden responder a las exposiciones reales de las galerías, tanto temporales como permanentes. Se abre así el acceso a materiales que no suelen mostrarse al público, por ejemplo, objetos almacenados (normalmente la mayor parte de la colección de todo museo serio), o que son demasiado frágiles y sensibles para exhibirlos. Un estudio reciente ha revelado que cerca de las tres cuartas partes de los visitantes virtuales esperan hallar exposiciones virtuales en los sitios museísticos de la Web.[1] Cada vez hay mayores posibilidades de incluir gráficos, sonido, vídeo y texto. El estudio citado muestra que el 87% de los visitantes del sitio Web de un museo esperan encontrar imágenes. Un importante factor restrictivo es, de momento, la velocidad de acceso, pero es de esperar que ésta aumente en el futuro (aunque no ocurrirá con la rapidez que muchos desean).

Los grupos de noticias y las listas de correo facilitan los debates en un grupo integrado por personas que pueden estar geográficamente distribuidas por toda la superficie del planeta. Aunque los museos podrían recurrir a grupos adecuados para dar publicidad a sus actividades, hasta la fecha son pocos los que han aprovechado este medio baratísimo de difundir información masivamente, tal vez por no haber tenido en cuenta las posibilidades de interacción con los visitantes potenciales que ofrece. El sitio Deja Web (www.deja.com/) presenta una interfaz práctica para muchos grupos de noticias.

El motivo más habitual para visitar el sitio Web de un museo es buscar algo que interesa personalmente al visitante. Se podría realizar un estudio a fin de determinar cuáles son las mejores presentaciones de la información, y los museos podrían hacer un mayor esfuerzo en las zonas más populares de sus sitios virtuales. La mayoría de los servidores Web pueden registrar automáticamente el número de visitas (*hits*) por página, y esta información puede resultar sumamente útil para averiguar la utilizacion del sitio Web. También merecen la pena las formas de *feedback* en línea (similares a los libros de visitantes, de carácter más tradicional). En todo caso, es de la mayor importancia que el museo reflexione muy seriamente acerca de las razones por las que desea o precisa un sitio virtual Web y las ventajas que podría reportarle.

En este número de *Museum internacional* se presentan las experiencias de una serie de museos que han creado un sitio en línea y, lo que es más importante aún, lo mantienen. Jim Angus, del Museo de Historia Natural del Condado de Los Ángeles (California), tiene una gran experiencia práctica en este campo, pues creó, casi él solo, el sitio Web del museo. En su artículo expone parte de la experiencia adquirida.

© UNESCO 2000

Estados Unidos conserva su posición dominante por el porcentaje de museos presentes en la Web, pero están empezando a crear sitios Web los museos del mundo entero. A. Enis Cetin, Omer N. Gerek y Ahmed H. Tewfik relatan la experiencia que supuso crear un sitio Web para el Museo Topkapi de Estambul (Turquía), un museo que ofrece una gran riqueza y variedad.

Jim Devine ha trabajando intensamente en la creación de un sitio Web muy interesante para el Hunterian Museum de Glasgow (Escocia). Recurrió a la tecnología avanzada, como la Quick Time Virtual Reality, para crear un acceso virtual en línea a las galerías. En su artículo, escrito en colaboración con Ray Welland, se ocupa de algunos de los proyectos multimedia en que está embarcado su museo. Cuando trabajaba con el Hunterian Museum en la Universidad de Glasgow, Jim Devine aprovechó la disponibilidad de los estudiantes de informática, que suelen mostrarse muy propensos a colaborar, en el marco de sus estudios, en la producción de recursos para proyectos relacionados con la Web. Esto es algo que otros museos deberían emular, fomentando sus relaciones con la universidad local, ya que esa colaboración puede dar lugar a la producción de excelentes medios en línea a un costo muy bajo para el museo.

El MUVA, Museo Virtual de Arte El País, se sale de lo corriente, ya que es un museo exclusivamente virtual, sin correspondencia con ningún museo real que lo respalde. Creado en Uruguay para exhibir obras de arte que no se podían presentar en ningún otro sitio, es el primer museo virtual del país. Su presentación es fundamentalmente gráfica, y ha recibido el premio «Best of the Web» (Lo mejor de la Web) de la Conferencia sobre «Los museos y la Web». Alicia Haber presenta la experiencia que significó poner en marcha un museo virtual, sin eludir la espinosa cuestión de cómo financiar tal proyecto.

Lin Hsin Hsin es una artista y poetisa de Singapur que ha creado su propio Museo de Arte en línea. Al igual que el MUVA, no tiene correspondencia en la realidad. Este museo virtual es un proyecto de carácter muy personal, que refleja la visión de un solo artista. Es una prueba clara de que una de las grandes ventajas de la Web es que permite a los individuos, a menudo de manera más efectiva que muchas organizaciones más grandes, ejercitar su creatividad.

El Museo del Oro de Bogotá es una de las pocas instituciones de Colombia que se encuentran presentes en Internet. Eduardo Londoño relata la experiencia de la creación del sitio Web y cómo hubo que reformarlo a medida que las expectativas de los usuarios aumentaban.

Por último, Greg Van Alstyne está encargado del sitio Web del Museo de Arte Moderno (MoMa) de Nueva York, un sitio de los más elegantes, ganador del máximo galardón «Best of the Web» en la conferencia de 1998 sobre «Los museos y la Web». El planteamiento adoptado es minimalista, muy acorde con el estilo del propio museo, y en el artículo se exponen algunos de los conceptos de diseño que se han empleado. Sería conveniente que otros museos visitaran en busca de inspiración el MoMa en línea y emularan la estructura y la presentación gráfica de este sitio y sacaran las enseñanzas correspondientes.

Así como es muy importante que cada museo esté en línea gracias a un sitio Web propio, a la comunicación por correo electrónico, etc., aspecto en el que ya se insistía en el número anterior, cada vez será más necesario que los museos se organicen en línea colectivamente. Un ejemplo reciente de una iniciativa de este tipo lo brinda, en el Reino Unido, el 24

© UNESCO 2000

Hour Museum (Museo de 24 Horas) (www.24hourmuseum.org.uk/), que contiene información accesible como una base de datos acerca de unos dos mil museos de todo el país, independientemente de que ellos faciliten, o no, su propia información en línea.

Algunos museos que cuentan ya con un sitio Web propio están participando de modo más activo como sitios piloto. Cada uno de esos museos facilita información especial, como parte de su sitio Web, que indica el emplazamiento de datos estándar importantes, como son la ubicación del museo, los horarios, los servicios para discapacitados, etc. (se han identificado aproximadamente 30 categorías). Estos museos piloto tienen entradas ampliadas en la base de datos del 24 Hour Museum, gracias a las cuales los visitantes virtuales pueden tener acceso directo a la información que precisan sobre un determinado museo sin necesidad de acudir a la página inicial del museo en cuestión y empezar entonces a buscar los datos más al azar. El sitio Web del 24 Hour Museum comprende también noticias sobre los museos, recursos especialmente destinados a los niños y una presentación del «sitio Web de la semana», lo que confiere al sitio un carácter dinámico que puede incitar a los visitantes a hacer una nueva visita. Este museo fue designado recientemente museo nacional por el Sr. Chris Smith, ministro del gobierno del Reino Unido encargado de la cultura, los medios de comunicación y el deporte, y bien podría ocurrir que este sitio acabe convirtiéndose en el principal portal en línea de los museos del país.

En su libro *Moon Tiger* (1987), la novelista británica Penelope Lively (nacida en 1933) afirma que «llevamos un museo dentro de la cabeza». Quizá la Web sea un medio de que los museos pongan a disposición de todos sus informaciones más etéreas, pero conviene recordar que los servicios en línea son complementarios de los servicios que tradicionalmente prestan los museos; los «museos virtuales» no van a sustituir a los museos reales, pero podrían servir como un medio para fomentar las visitas reales a los museos reales. ■

Nota

1. J. P. Bowen, «Time for Renovations: A Survey of Museum Web Sites», en D. Bearman y J. Trant (comps.), *Museums and the Web 1999: Selected Papers from an la International Conference*, Nueva Orleans, 11-14 de marzo de 1999, págs. 163-172, Pittsburg, Pennsylvania (EE UU), Archives & Museum Informatics, 1999.

© UNESCO 2000

Un museo precursor de arte electrónico en Internet

Lin Hsin Hsin

Desde su creación en abril de 1995, el galardonado Museo de Arte Lin Hsin Hsin, en Internet (www.lhham.com.sg), ha atraído a más de 500.000 personas de 107 países. Su fundadora es una experta en tecnología de la información, artista y poetisa, que ha reunido una colección de 1.000 obras de arte electrónico y digital. Lin Hsin Hsin fue uno de los seis miembros del jurado del certamen de selección de los mejores sitios Web dedicados al arte, organizado en 1998 por «Museos e Internet». Además de sus actividades en el ciberespacio, ha publicado más de un centenar de artículos en publicaciones sobre informática, actas de coloquios internacionales y revistas. Asimismo, ha realizado 15 exposiciones individuales y ha participado en otras 190 más de carácter colectivo que se celebraron en 41 ciudades diseminadas por 20 países de Asia, Europa, Norteamérica y Sudamérica. Para exponer su trabajo innovador en Internet, ha recurrido a una serie de términos técnicos cuya significación se explica en el glosario que figura al final del presente artículo.

En la vida real, un museo de arte toma forma en torno al diseño de un edificio con una arquitectura exterior determinada y locales interiores adaptables que contengan una colección permanente y den cabida a las exposiciones organizadas por los conservadores. Construir un edificio para albergar y exponer exclusivamente sus obras personales ha sido siempre el sueño irrealizable de todo artista con pocos recursos materiales; pero hoy en día, con el advenimiento de Internet, resulta posible construir un museo virtual y superar esa frustración. El Museo de Arte Lin Hsin Hsin en Internet es un museo de este tipo, que ofrece a sus visitantes información sobre sus vastas colecciones.

Desde hace mucho tiempo, desde 1991 concretamente, yo deseaba crear un museo multimedia, pero no pude encontrar mecenas ni convencer a las autoridades locales para que me prestaran apoyo. En cuanto llegó Internet al exiguo territorio de esta Ciudad–Estado de Singapur en la que vivo, recurrí a este medio de comunicación, bien pertrechada con mis amplios conocimientos teóricos y prácticos de tecnología. Con la ayuda de un amigo, creé el primer museo virtual de arte de Asia, cuya inauguración, un día de abril de 1995, atrajo a 5.000 visitantes. Este número ha aumentado desde entonces, y hoy en día 500.000 personas de 107 países lo han consultado ya. El sitio Web del Museo empezó utilizando el inglés, pero desde 1998 incorporó información bibliográfica en chino, francés, hebreo y japonés; este repertorio de idiomas se ampliará en el futuro, a medida que vaya siendo necesario.

La creación de un sitio Web atractivo

Para entrar en contacto con los visitantes potenciales, atraerlos y convertirlos en clientes asiduos, se debe diseñar en primer lugar un sitio Web dotado de un poder de seducción, que se podría definir como el atractivo que ofrece con respecto a otros sitios del mismo tipo (hasta la fecha he reseñado 3.000, dedicados al arte directa o indirectamente) o a la generalidad de los que hay en la Red. A continuación, se deben establecer criterios para determinar las relaciones entre los visitantes y el contenido del sitio, la atmósfera de éste y la frecuencia de los cambios, las exposiciones permanentes y las temporales. Además, es menester estar al corriente de la evolución constante de los instrumentos tecnológicos, lo que supone una preocupación muy distinta de la de un museo no virtual. Una vez dicho esto, a la hora de enfrentarse con el crecimiento fulgurante de los sitios Web, podemos preguntarnos cómo debe gestionar cada uno el suyo para mantener un tráfico continuo y elevado y lograr que su posición en la Red siga siendo competitiva en el contexto de proliferación incesante de los buscadores.

Además del establecimiento de los conceptos y criterios del proyecto, existen múltiples enfoques para diseñar un museo de arte en Internet. No obstante, todo depende de los objetivos y de que se opte por atraer a la gran masa de los internautas, o bien por seducir más precisamente a los aficionados al arte en general o al arte tecnológico en particular.

Antes de emprender el proyecto, se debe idear el museo con arreglo a las dimensiones del sitio Web, evaluadas en función del número de páginas. Entre los criterios que se deben tomar en consideración para el proyecto figuran: la extensión de las notas textuales; los ensayos; la información bibliográfica; el foro; la necesidad de adaptar y distribuir los contenidos multimedia teniendo en cuenta la cantidad, calidad y tamaño de las imágenes; y la incorporación o exclusión de efectos sonoros, música, vídeo y elementos de animación y «diversión». Además de los estilos, hay que determinar los estándares de los formatos de los archivos en función de los utilizados corrientemente en Internet, así como el uso de *conectores*, que pueden representar un obstáculo para la mayor parte de los usuarios dependiendo de los aspectos tecnológicos.

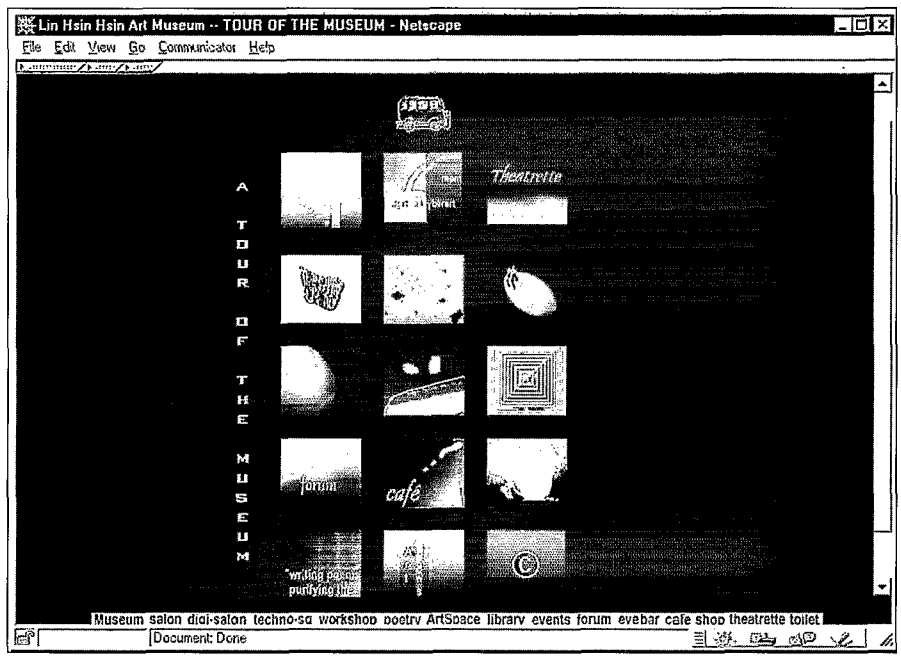


Foto: cortesía de la autora

Página inicial de la visita en el Museo de Arte de Lin Hsin Hsin

A diferencia de lo que ocurre en los museos clásicos no virtuales, la labor del conservador de un museo Web no se limita a seleccionar representaciones numéricas de obras de arte reales, sino que debe abarcar también el tratamiento de una gran variedad de medios de comunicación numéricos.[1] Independientemente de cuál sea su colección, es menester preguntarse si el museo Web se ha de centrar en la excelencia y exponer solamente obras de arte escogidas en función de su valor estético, o si debe mostrar el arte como un medio de manifestar su dominio de la tecnología multimedia. La planificación, el diseño y la realización de la arquitectura del sitio sólo se deben efectuar después de haber sopesado esos criterios. Además, esa arquitectura se estructurará teniendo bien presente la evolución de las exposiciones y el mantenimiento técnico del sitio en previsión de la rápida evolución que experimenta la tecnología multimedia. Todo esto dependerá en gran medida de los recursos disponibles.

Toda colección de obras de arte multimedia, independientemente de que esté instalada en un museo real o virtual, necesita ante todo que se constituya contando con el respaldo de una arquitectura tecnológica de red tan sólida como el hormigón. El Museo de Arte Lin Hsin Hsin se fue construyendo en sucesivas etapas tecnológicas. En efecto, al principio se estructuró, se vinculó a la Red y se salpicó de imágenes con hipertexto, recurriendo al lenguaje HTML con marco, elementos en color y textos; posteriormente se emplearon los lenguajes Java, Javascript, y se utilizaron conectores y canales de flujo para los sonidos. El museo se enriqueció con imágenes y sensaciones de apariencia tridimensional en vez de crear una edición en lenguaje VRML, que podría haber limitado el acceso de un vasto público.

Hasta el 1° de julio de 1998 no se introdujeron innovaciones de importancia en el museo, si bien su boletín mensual *ArtSpace* fue objeto de frecuentes adiciones y modificaciones. El aplazamiento de las innovaciones se debió a la falta de recursos financieros y al hecho de que yo dedicaba la totalidad de mi tiempo a la tecnología de la información y debía ocuparme sola de los guiones, el diseño y la instalación de cada uno de los elementos del sitio. Esta situación difería bastante de la que se puede dar en una gran cantidad de sitios Web que se crean con el concurso de un ejército de técnicos que, por así decirlo, van tejiendo los guiones en la tapicería de las imágenes, al mismo tiempo que se ocupan de la gestión de la Red y de impartir incluso formación a la comunidad de expertos en arte, para enseñarles a distinguir los modos de funcionamiento de los navegadores, o a conocer los buscadores, los instrumentos de seguridad y los robots.

El museo comprende: el Salón, en el que se exponen representaciones numéricas de obras de arte no virtuales (pinturas, esculturas y cerámicas); la primitiva Galería Numérica y el Libro de Bocetos Electrónicos, con obras de arte numéricas y croquis electrónicos; y un reciente Salón Numérico integrado por creaciones artísticas multimedia producidas gracias al aprovechamiento de las posibilidades de Internet. Por regla general, el grado de competencia teórica y práctica en el plano técnico es el factor determinante del refinamiento de la presentación, para la cual se utilizan procedimientos como la realización de guiones, la animación y una amplia gama de instrumentos multimedia.

En la actualidad, el museo comprende nueve sitios temáticos dedicados al arte.

© UNESCO 2000

Foto: cortesía de la autora



Entrada a la tienda virtual del museo virtual.

Su fondo original de poemas se ha transformado en una Galería de Poesía Visual, en la que se ha dotado de movimiento a la poesía y se ha insuflado dinamismo a la meditación sobre las palabras. El museo se ha actualizado también con la creación de una página Web túnel que varía frecuentemente, así como con la presentación de concursos y una información bibliográfica Web en varios idiomas.

El Museo de Arte Lin Hsin Hsin es el primer sitio Web de Asia dedicado al arte que ha recibido premios y elogios internacionales desde sus comienzos. En septiembre de 1995, la Point Communication Corporation lo distinguió con un premio, clasificándolo entre el 5% de los mejores sitios Web, para incluirlo posteriormente en su lista de «Los Mil Mejores sitios Web».[2] En febrero de 1996, figuró en la selección de los 200 sitios mencionados en «24 horas en el ciberespacio»;[3] y en julio de 1996, la firma VXR Corporation le otorgó el Premio al virtuosismo. En mayo de 1997, *NBNews* le adjudicó uno de los dos premios «Selección de la Redacción» de la categoría de artes. En julio de 1998; fue mencionado en la «*Guía Web para Principiantes en Ordenadores Personales: los 2.500 mejores sitios de arte*», de la editorial Sandhill Publishing.

El arte en la tecnología y la tecnología en el arte

Si Internet es un elemento vivo, un museo virtual también lo es; por eso resulta un dilema decidir en qué momento se le ha de dar un nuevo estilo y renovarlo. Crear con los instrumentos más recientes una imagen totalmente nueva del museo supone casi siempre una transformación importante de la arquitectura del museo, que se plasma en la realización, la prueba y el desarrollo de una nueva versión que ha de ser compatible con el mantenimiento del vasto mapa del sitio ya existente. Esta tarea supone realizar efectivamente una labor cotidiana y debatirse continuamente entre la visión tecnológica ideal y los esfuerzos para lograr el éxito de una empresa que sólo triunfará si cuenta con respaldo financiero. Pese a todo, los visitantes del Museo de Arte Lin Hsin Hsin pueden dar por descontado que éste seguirá siendo objeto de frecuentes actualizaciones e interesantes novedades.

Las cuestiones relacionadas con la protección y conservación de los objetos expuestos no representan un problema importante para los nuevos medios de comunicación numéricos. Sin embargo, su advenimiento ha provocado dificultades de

© UNESCO 2000

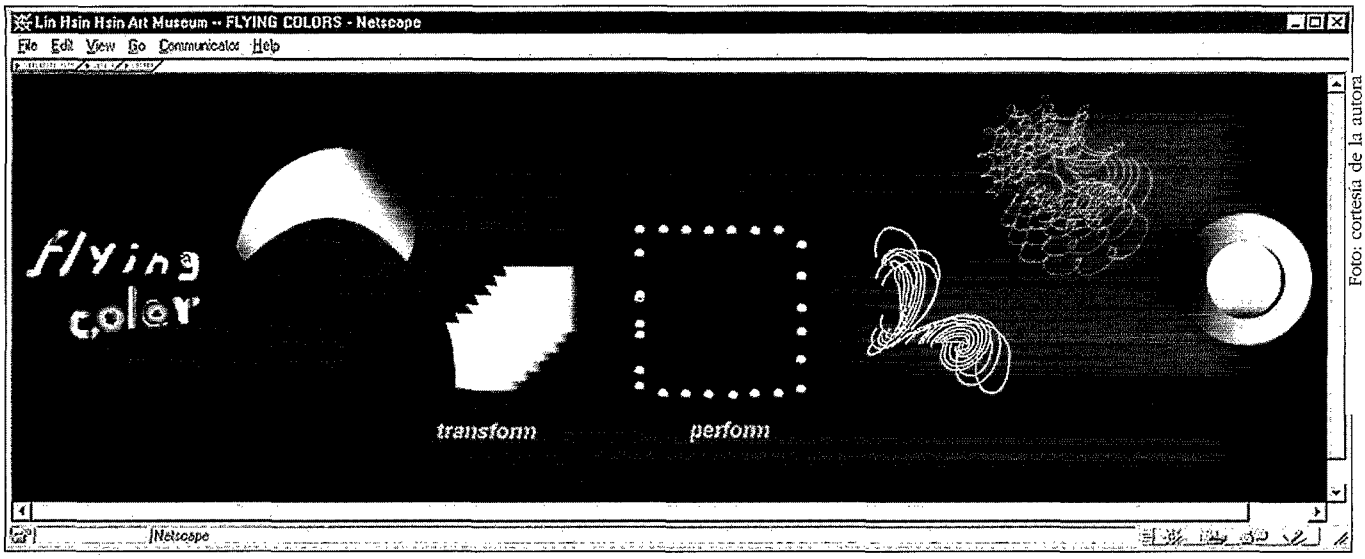


Foto: cortesía de la autora

Fragmentos de imágenes animadas tomadas de Flying Color *(Colores Volantes) uno de los nueve proyectos de arte Web del museo.*

otro tipo y ha suscitado nuevos problemas potenciales, por ejemplo los que deben afrontar los creadores y titulares de derechos de propiedad intelectual numérica en los ciberdepósitos.[4] Estos problemas están relacionados con el estado actual de las cuestiones de libertad, seguridad y respeto de la ley en Internet, como han puesto de manifiesto las insuficiencias existentes en materia de cobertura y privilegios de utilización correcta, prevención de usos indebidos y protección de las innovaciones, en un contexto caracterizado por lo intrincado y complejo de sus aspectos jurídicos, así como por el hecho de que la legislación relativa al ciberespacio internacional está aún en pañales.

Es lamentable decirlo, pero en Internet abundan los resquicios que representan una invitación al plagio y a la copia, a saber: las disposiciones legales contenidas en la autorización de duplicación (programas de grupos, servidores, servidores autorizados, sitios duplicados, redes internas); los mecanismos de catalogación de la Red (buscadores, robots); los permisos a servidores y clientes; la transmisión incondicional, unida a las actuales tecnologías de navegación (copia temporal, «salvaguarda en otro medio», «definir como papel de fondo»). Múltiples factores fomentan el rápido aumento de la delincuencia electrónica, por ejemplo: la insuficiencia de las disposiciones contenidas en leyes, estatutos, procedimientos de recurso a la justicia, tratados y convenciones; y la falta de tribunales que arbitren los litigios relativos al ciberespacio y puedan administrar justicia apropiadamente, dictar disposiciones para el mantenimiento del orden en Internet, supervisar el acceso a la Red y la distribución, y controlar la utilización de imágenes manipuladas, transformadas e intercaladas, así como las falsificaciones conseguidas mediante ingeniería recursiva.

Como el Museo de Arte Lin Hsin Hsin no ha podido evitar su lote correspondiente de hurtos y robos numéricos, he tenido que recurrir personalmente a pertrecharme con la legislación sobre la propiedad intelectual y tomar las medidas necesarias para proceder al «arresto electrónico» de delincuentes e infractores de toda laya. A este respecto, he de señalar que conseguí el «arresto electrónico» y la capitulación posterior de un profesor de una conocida institución docente y de su grupo de estudiantes de doctorado. No obstante, en Internet se dan muchos casos de apropiaciones y mutilaciones indebidas de la propiedad intelectual numérica, que permanecen impunes pese a ser notorios. Un ejemplo de ello fue la apropiación indebida del título de mi libro *Love @ First Byte*[5] por parte de un usurpador que lo imprimió en camisetas para utilizarlo como lema en una campaña publicitaria.

La existencia de nuevos buscadores y de sus correspondientes robots constituye siempre un motivo de júbilo, pero algunos individuos sin escrúpulos persisten en utilizarlos con miras a obtener ventajas personales o comerciales, lo cual representa un factor de disuasión para exponer públicamente trabajos innovadores[6] y engrosar el catálogo de las exposiciones. Aunque mis tareas de gestión relacionadas con Internet – por ejemplo, la realización de una labor de «policía electrónica», que supone de por sí dedicación total – han tenido como consecuencia la merma de la vasta gama de ofertas de mi programa, estimo que mi adquisición de competencias en materia

© UNESCO 2000

de vigilancia electrónica era necesaria. En efecto, el nuevo Espacio Tecnológico y el Salón Numérico del museo han sido y siguen siendo víctimas del incorrecto modo de proceder de algunos internautas, lo que ha tenido como consecuencia impedirme cargar en el servidor algunas innovaciones excepcionales.[7]

Perspectivas

Actualmente, el Museo de Arte Lin Hsin Hsin posee, además del salón y del Salón Numérico, las siguientes instalaciones: un Taller de Documentos, un Salón de Masaje Visual, una Galería de Poesía Visual, un Miniteatro, un Café, una Tienda de Recuerdos, una Biblioteca, un Lavabo Multimedia, el boletín mensual *SpaceArt*, un Tablero de Anuncios y un Espacio Tecnológico. Aunque el sitio Web elabora a diario un historial de los visitantes y analiza sus características, al tiempo que proporciona información y agradece el apoyo de los amigos del museo, no puede impulsar ni mantener por ahora un Foro de Arte destinado a intelectuales y literatos. En un futuro inmediato, tengo previsto crear las condiciones de instalación de ese foro y realizar actividades de comercio electrónico, así como incorporar regularmente nuevas obras de arte multimedia y de arte interactivo. También me propongo crear un «tampón electrónico» que facilitará pormenores sobre instrumentos de diseño convencionales.

Ninguno de estos objetivos se podrá llevar a cabo sin ayuda financiera y a este respecto es menester señalar que, desafortunadamente, la Tienda de Recuerdos que cuenta con una plétora de objetos no ha podido aún iniciar sus ventas electrónicas porque la mayoría de los bancos de Singapur exigen el depósito de una cantidad de 50.000 dólares para garantizar las transacciones efectuadas con tarjetas de crédito en Internet. Con respecto al comercio electrónico, mi objetivo principal es recaudar fondos en compensación del tiempo dedicado, para financiar gastos y contribuir al mantenimiento del museo. Ante el florecimiento del comercio electrónico, a los que realizan actividades artísticas se les plantea el interrogante de adónde acudir para obtener ayuda financiera.

Con respecto al futuro del museo a largo plazo, espero que se aplique con mayor eficacia la legislación a favor de los titulares de derechos en el ciberespacio. Por mi parte, yo seguiré observando y aplicando las tecnologías de vanguardia, manteniéndome al corriente de su evolución. Pese a todas las dificultades y contra viento y marea, el Museo de Arte Lin Hsin Hsin tendrá la configuración que corresponde al nuevo milenio. ■

Notas

1. Véase Lin Hsin Hsin, «Conceptualizing a Digital Media Museum», Museos y Conferencia Web, 1998 (http://www.archimuse.com/mw98/).
2. «Top 1.000 la Web Sites», 1997, en R.F. Holznagel (comp.), *World Wide la Web Top 1.000*, New Riders Publishing (EE UU), 576 págs. (ISBN: 1-56205-577-1).
3. Rick Smolan (comp.), *24 Hours in Cyberspace*, Nueva York, Simon & Schuster, 224 págs. (ISBN 0-7897-0925-2) (http://www.cyber24.com/htm2/4_271.html).
4. Lin Hsin Hsin, «Cyberepositories – for Glory or Miseries?», *LEA*, vol. 4, nº 12, diciembre de 1996 (http://mitpress.mit.edu/e-journals/LEA/ARTICLES/LHHLEAIP.html).
5. *Love @ First Byte*, World Scientific Publishing Co Pte Ltd, 1992, 300 págs. (ISBN 981-02-1026-4) (documento) (http://www.lhham.com.sg/shop/love.html).
6. La autora ha realizado una tarea precursora en la realización electrónica de pinturas abstractas al óleo de estilo occidental, así como de estampas y caligrafías chinas a tinta, mediante la utilización de un ratón con dos pulsadores. Véanse: *@rt: A Cyberart Show by Lin Hsin Hsin*, 1997, ISBN 981-00-9877-4; Lin Hsin Hsin «Reduction to Pixels – Using a Common Human Computer Interface to Create 3D Artificial Realities», LEA, vol. 6, nº 5, julio de 1998 (http://mitpress.mit.edu/e-journals/LEA/ARTICLES/LHH/lin.html); Lin Hsin Hsin, *Every Pixel Takes its Own Journey – Using a Common Human Computer Interface to Create 2D Artificial Realities* (publicación prevista en 1999).
7. La autora tiene siete patentes pendientes de registro.

© UNESCO 2000

Glosario

Las definiciones son las del FOLDOC (Free On-Line Dictionary of Computing) en http://foldoc.doc.ic.ac.uk/foldoc/index.html

Conector (*plug-in*). Archivo que contiene datos utilizados para alterar, ampliar o extender el funcionamiento de un programa de aplicación principal. Por regla general, los conectores comerciales o de autores independientes pueden ser cargados gratuitamente y almacenados localmente. Hay versiones distintas de conectores que son específicas para cada sistema operativo.

Copia temporal (*caching*). Derivado de **cache**, una unidad de memoria pequeña y rápida que mantiene los datos recientemente consultados y que tiene por finalidad permitir una mayor rapidez de los accesos ulteriores a los mismos datos.

Flujo (*streaming* de *stream*). Abstracción que se refiere a todo paso de datos de una fuente (remitente o productor) a un solo recipiente (destinatario o *consumidor*). *Un flujo suele circular por* un canal de cualquier clase. A diferencia de los paquetes que se pueden enviar y transportar independientemente a múltiples receptores posibles, los flujos suelen necesitar determinados mecanismos para establecer un canal o «conexión» entre el remitente y el destinatario.

Crawler o **araña** (*spider*). Véase «robot».

Guión (*script*). Lenguaje de programación que necesita una interacción con otros programas, o bien con un conjunto de funciones proporcionado por el intérprete.

HTML. Lenguaje de Marcado de Hipertexto. Es un instrumento utilizado para producir o localizar documentos en Internet.

Ingeniería recursiva (*reverse engineering*). Proceso de análisis de un sistema existente para identificar sus componentes e interrelaciones y crear representaciones del sistema en otra forma. La ingeniería recursiva se suele utilizar para diseñar de nuevo el sistema y asegurar su mejor mantenimiento o para efectuar una copia de un sistema sin acceso al diseño a partir del cual fue producido en un principio.

Intercalado, (*tweened,* de *tweening*). Técnica de interpolación utilizada para que un programa de animación cree cuadros suplementarios entre los cuadros principales creados por el usuario. Esta técnica permite una animación parsimoniosa sin que el usuario tenga que dibujar cada imagen intermedia.

Intranet. Toda red que dentro de una organización suministra servicios similares a los que Internet proporciona en el exterior, pero que no está conectada necesariamente con Internet.

Java. Lenguaje de programación orientado hacia objetos específicos y con una finalidad general, que ha sido creado por Sun Microsystems y contribuye a la programación para Internet. Se puede distribuir como anexo en un documento www.

Javascript. Lenguaje para guiones vagamente parecido a Java. Es una plataforma simple de Netscape.

Página Web túnel (*tunnel Web page*). Página de la Web que precede a la *página inicial real. Se suele utilizar como* nota breve publicitaria de portada.

Programa de grupo (*groupware*). Instrumentos de programación y tecnología para prestar apoyo a grupos de personas que trabajan conjuntamente en un mismo proyecto, pero en sitios Web distintos en muchos casos.

Robot (*robot, crawler* o *spider*). Programa que explora automáticamente la www, recuperando uno o todos los documentos cuyas referencias se encuentran en Internet. Se diferencia de los navegadores (*browser*) normales de Internet, que son manipulados por una persona y no siguen automáticamente los enlaces, excepto para las imágenes incorporadas y las transiciones a nuevas direcciones URL (Localizador Uniforme de Recursos).

Transformación (*morphing*). Transformación animada de una imagen en otra mediante deformación de la imagen primitiva, que se efectúa desplazando algunos puntos escogidos de ésta hasta la posición de los puntos correspondientes de la segunda imagen.

VRML. Lenguaje de Modelación de Realidad Virtual. Es una especificación preliminar para el diseño y aplicación de un lenguaje multiplataforma destinado a describir una escena de realidad virtual.

© UNESCO 2000

Eldorado virtual: el Museo del Oro en Internet

Eduardo Londoño L.

El Museo del Oro en Bogotá alberga una de las primeras colecciones de objetos precolombinos, piezas de oro de extraordinaria belleza y trascendencia. Gracias a su presencia en Internet, esta institución se ha dado a conocer a un público mundial, afirmando simultáneamente su impacto en la comunidad que la entorna. Eduardo Londoño, Director de Actividades Culturales del Museo, hace las presentaciones.

El Museo del Oro del Banco de la República de Colombia estableció en febrero de 1996 un primer sitio institucional en la Red mundial (World Wide Web) o Web. Esta primera aventura fue, en aquel entonces, una novedad – incluso hoy día, son pocos los museos colombianos presentes en la Web –, posible gracias a la colaboración de la subgerencia de Informática del Banco Central del país, al cual pertenece nuestra institución cultural. El sitio inicial fue concebido como un folleto o prospecto que ofrecía una información breve y básica sobre el museo (horarios y servicios), así como algunas imágenes de orfebrería prehispánica con los textos completos del libro *El Museo del Oro, sus mejores piezas*. Hoy me sorprende que algo tan simple haya sido objeto de tantas alabanzas y hasta de reseñas de prensa. De hecho, a pesar de los ligeros cambios realizados, llegó un momento en que nuestro buzón recogía una gran proporción de comentarios negativos de un público cada vez más capacitado y exigente.

Por consiguiente, esa presentación fue reemplazada en 1998 por otra más compleja y de concepto nuevo, que puede visitarse en la dirección http://www.banrep.gov.co/museo. La nueva publicación electrónica refleja las experiencias sobre el manejo de este nuevo medio de comunicación de masas, discutidas dentro de nuestra entidad así como con instituciones culturales del mundo entero en diversos congresos internacionales a los cuales asistimos.

El Museo del Oro presenta una colección de 33.600 objetos prehispánicos de oro, plata, cobre y sus aleaciones, y, a través de ellos, las sociedades que los realizaron, las raíces indígenas de un país hoy mestizo que busca en el brillo del metal de sus ancestros un elemento de orgullo patrio y de identidad nacional. Nuestro mensaje comprende las capacidades estéticas, tecnológicas, políticas y religiosas de esos pobladores del pasado, y está dirigido a un público amplio compuesto por escolares, adultos colombianos y al pequeño número de turistas que visitan Bogotá. Mediante sus numerosas exposiciones en otros tantos países, el museo hace también de embajador de la imagen colombiana en el mundo.

Quienes trabajamos en museos somos por naturaleza comunicadores que conocemos nuestro «producto» y nuestro público. Aunque en general desconfiamos de las computadoras, poseemos una habilidad natural para el uso de los multimedios de comunicación porque la museología consiste también en manejar textos, imágenes y el diseño gráfico; en destacar y valorizar ciertos elementos; en hacer posibles múltiples vínculos (hipertexto); y en permitir realizar tanto lecturas superficiales como lecturas profundas.

Una imagen compuesta de la página principal del sitio Web del Museo del Oro.



Todos los derechos reservados

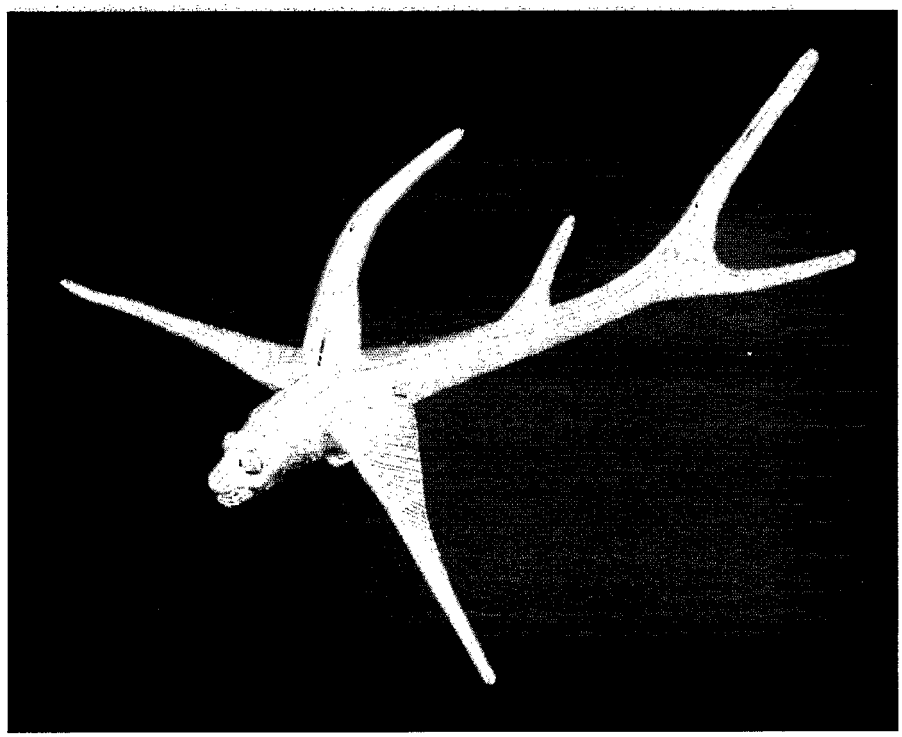


Foto: cortesía del autor

Pendiente en forma de pez alado, una sorprendente figura mítica modelada en los aislados cacicazgos montañosos de los Andes en San Agustín.

Combinar la educación con la diversión

En los congresos mencionados discutimos acerca de la semejanza de Internet con un museo, por la combinación que ofrece de educación y diversión. El público de ambos medios no los identifica con los términos «enseñanza» o «aprendizaje» (cuyas funciones se considera aburridas) sino con expresiones análogas: «conocer algo nuevo», «descubrir», «reformular ideas», «informarse», etc. Al mismo tiempo, el visitante trata de tener una experiencia sensorial, sentirse conectado a la historia y divertirse. El visitante de nuestras exhibiciones es libre, y puede despreciar nuestras vitrinas poco llamativas tanto como el visitante virtual puede hacer clic y salir por completo de nuestras páginas.

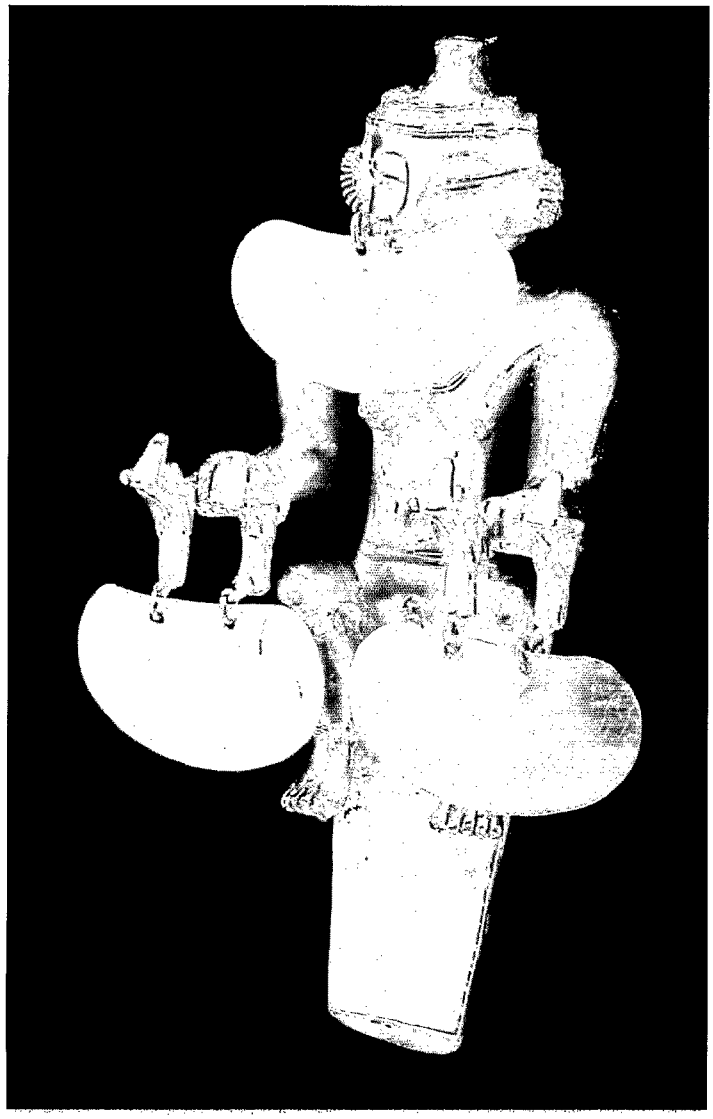
A diferencia del museo real, el museo virtual (sitio Web) no contiene los objetos ni puede ofrecer la experiencia única de estar cerca de ellos (la visita a museos se compara con una comunión mística: ésta es la Victoria de Samotracia, la verdadera y original). Pero en realidad un objeto no es material de museo en sí mismo. Recién la información, el conjunto de significados, saberes y evocaciones asociados a él le confieren dicha categoría. Y la información es la materia prima de Internet. Con un diseño agradable y atractivo (la museología determina en buena medida las obras maestras) se puede aprovechar la disponibilidad del público cibernauta para cumplir en Internet el objetivo de divulgar un mensaje y una imagen.

El sitio Web del Museo del Oro no persigue un objetivo comercial. Se diseñó pensando en el visitante y desde un criterio de mercadeo cultural, buscando satisfacer las expectativas de diferentes usuarios o clientes, quienes, así se espera, volverán a visitarlo:

- El visitante potencial del Museo que necesita información básica: dirección, horarios, tarifas, programación de actividades, contenidos, historia del Museo. Para ellos está la sección de información general.
- El adulto colombiano o extranjero a quien le interesa el tema de la América precolombina y se complace en ver los objetos más relevantes de nuestras colecciones y aprender acerca de ellos, ya sea por su aspecto histórico o artístico. Es la persona que, de estar en Bogotá, podría visitar una exposición temporal o asistir a una conferencia. Para ellos ha sido diseñada la sección sobre «Las culturas del oro» así como, próximamente, una visita virtual por las salas de exhibición en Bogotá – que el público ha venido exigiendo. Aquí se «reciclan» además exposiciones temporales que trataron temas de interés pero que ya han sido desmontadas, tales como el «Manejo Prehispánico del Medio Ambiente», y se ofrecen hiperenlaces hacia artículos más especializados y profundos.
- El estudiante que busca materiales para una tarea o el maestro que necesita conocimientos e instrumentos para

© UNESCO 2000

Foto: cortesía del autor



Recipiente antropomórfico para transportar la cal utilizada al mascar hojas de coca. Orfebrería Quimbaya. 300 a.C. a 1300 de nuestra era.

estructurar su clase sobre el tema precolombino y, tal vez, para preparar una visita de sus alumnos al museo o una actividad escolar posterior a la visita.

- El niño para el cual se está diseñando actualmente la sección «Manos a la arqueología!», que se propone ofrecer a los niños actividades interactivas de carácter didáctico y a la vez lúdico: aprender sobre simetría, jugar a reconocer animales en las piezas expuestas, clasificar objetos como lo hace el arqueólogo, etc.

Finalmente, hay una sección sobre publicaciones donde es posible consultar el índice del Boletín del Museo y leer algunos artículos.

Para mantener un alto nivel de interés y enfrentar el hecho de que las conexiones desde nuestro país pueden no ser muy rápidas, utilizamos un recurso tomado prestado de las portadas de revista: todo hiperenlace va acompañado de una frase que a la vez lo promociona e informa claramente sobre lo que se hallará al activarlo. La información que el público requiere con mayor frecuencia se sitúa en las primeras páginas y no hay páginas que se limiten a ofrecer enlaces con otras páginas, sin brindar la lectura de alguna información. Para comodidad del usuario, hay muchos vínculos que lo llevan hacia las páginas del mismo nivel, sin que deba volver al índice principal, evitando así que quede atrapado en un callejón sin salida.

La sección de actividades para los niños plantea dos retos especiales: además de ser didáctico sin resultar evidente o pesado (sobre lo cual nuestro museo ya tiene algunas buenas experiencias en otros medios), enfrentamos el problema de mantener el interés de lectores de edades diferentes sin que los juegos que atraigan al niño de doce años ahuyenten al de ocho. Un sistema de iconos de dificultad o reto parece ser una opción mejor que el crear «patios de juego» discriminados por edades.

Por su alcance mundial, el sitio en Internet es posiblemente la publicación más leída entre todas las del museo, siendo mucho más sencilla de realizar que un CD-ROM y, también, una de las más económicas. Tanto por su carácter ligero como por la falta de equidad en el acceso a Internet, está aún lejos de suplantar a las publicaciones impresas, pero brinda un servicio real a la comunidad y otra forma de cumplir nuestra misión. ■

© UNESCO 2000

Cómo crear un sitio Web

Jim Angus

¿Cómo puede un gran museo crear y mantener un sitio extenso en la Web? ¿Qué elementos hay que tener presentes y qué trampas hay que evitar? Jim Angus lo explica paso a paso basándose en su sólida experiencia profesional. Director del Servicio de Informática y Desarrollo de la Web del Museo de Historia Natural del Condado de Los Ángeles, Angus forma parte de un pequeño grupo de expertos que, a finales de 1993, sentaron las pautas del diseño de sitios Web. Angus es el creador de más de siete sitios Web importantes y, en particular, del sitio del Museo de Historia Natural, elegido como el «mejor medio educativo» en la primera conferencia sobre «Los Museos y la Web», celebrada en 1997.

No cabe duda de que los museos y otros depositarios de la cultura se hallan frente a uno de los mayores desafíos del nuevo milenio. La creación en 1990 de la red de amplitud mundial World Wide Web (www) inició una nueva era en el ámbito de la comunicación y la informática. Hoy día se espera que los museos faciliten acceso 24 horas al día a grandes depósitos de información cultural presentados de forma atractiva. ¿Cómo podrían alcanzar este objetivo y qué instrumentos y técnicas les permitirán hacerlo? En este artículo se examinan algunos de los problemas que plantean la creación y el mantenimiento de grandes sitios Web.

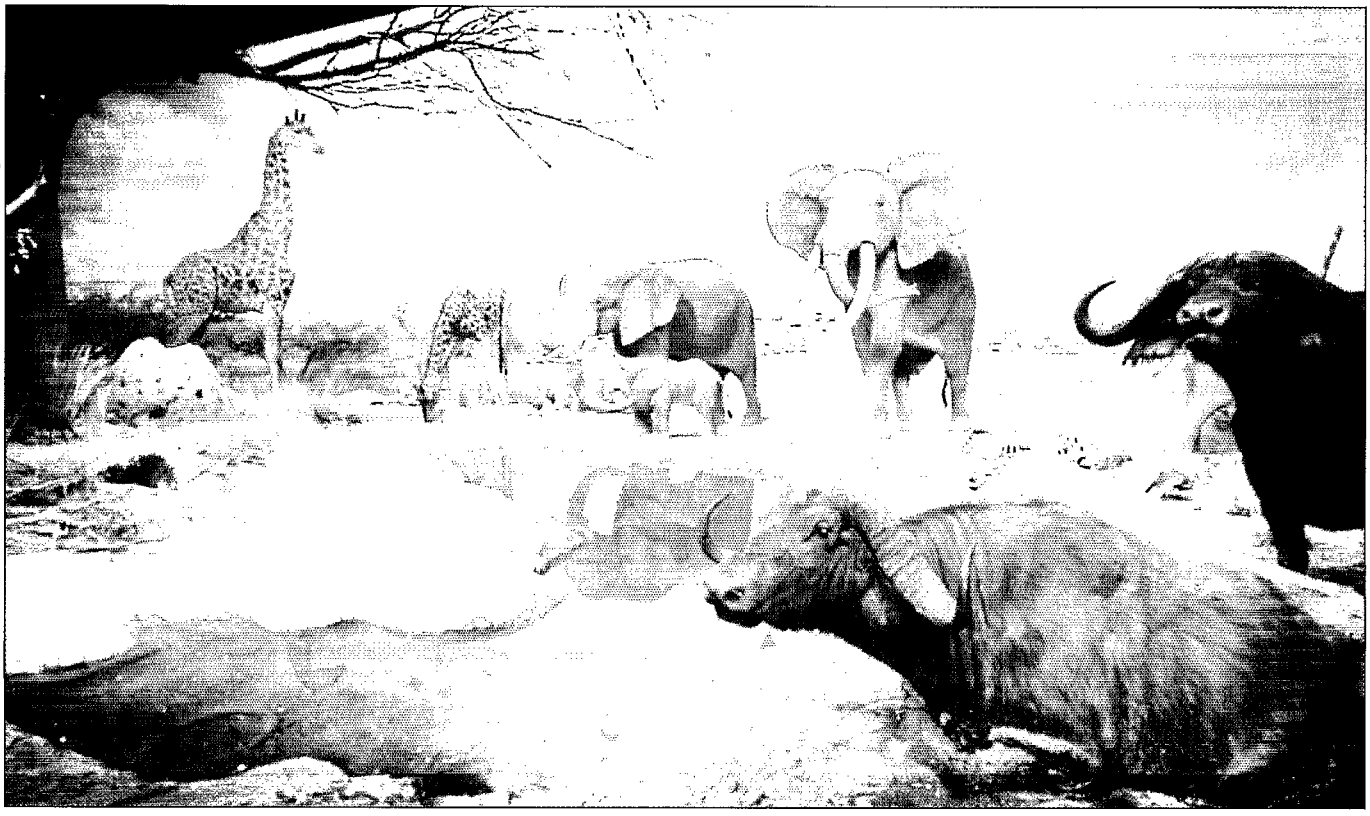
En 1998, se estimaban en más de 70 millones los usuarios de la World Wide Web, y la cifra sigue en aumento. Los museos deben decidir cómo llegar a este nuevo público. Cualquiera puede crear un sitio Web que describa la institución, sus horas de apertura y su ubicación, pero el auténtico reto es ofrecer un sitio que responda a las expectativas cada vez mayores de los usuarios de Internet. Lo que interesa es crear una página Web extensa, amena y moderna.

Un sitio Web es algo más que una colección de ficheros de gráficos y texto, a disposición del público por medio de una computadora conectada a Internet. Puede ser el primer, y a veces único, contacto del visitante con el museo, en el cual la institución hace llegar sus colecciones, exposiciones y aventuras educativas a un público mundial. El sitio Web puede reducir los costos de publicación, conducir a nuevas fuentes de financiación y mejorar la imagen pública del museo. Puede ser un medio de evaluar el éxito o el fracaso de los programas y las exposiciones del museo y embarcar al público en un diálogo fructífero. En los próximos decenios podría llegar a ser el instrumento más valioso de un museo.

El esfuerzo necesario para crear y mantener un sitio Web podrá ser mucho menor si se evalúan las necesidades de personal y se determinan claramente los objetivos del sitio. Por ejemplo, los museos que deseen mostrar gran número de imágenes pueden reducir los gastos de desarrollo y mantenimiento invirtiendo en un sistema que permita la generación «dinámica» de páginas Web a partir de una base de datos. La otra posibilidad, es decir, crear manualmente cada página, no resulta rentable si el museo desea introducir más de un centenar de imágenes en el sitio.

El museo debe decidir si utiliza su propia computadora o si suscribe un contrato con una organización externa para que albergue el sitio Web. En el primer caso, la principal ventaja es que el museo conserva en buena medida el control del sitio y puede proceder a actualizaciones rápidas sin intermediarios. Ahora bien, la independencia puede resultar onerosa. El museo debe pagar una conexión directa con Internet, una computadora para alojar el sitio Web y todo el soporte lógico necesario. Además, debido a la rapidez con que evoluciona la tecnología, cada tres o cuatro años deberá modernizar su computadora. No obstante, para las grandes instituciones, las ventajas de la autonomía compensan con creces los mayores costos que supone albergar su propio sitio, y a medida que se abaratan el acceso a Internet y las computadoras, esta opción resulta cada vez más atractiva para los museos más pequeños.

Si el museo decide albergar su propio sitio, deberá elegir una computadora y el soporte lógico necesario. Dos son los tipos de computadoras que se utilizan normalmente: las que funcionan con el sistema operativo Windows NT de Microsoft y las que emplean una variación del sistema operativo UNIX. Las computadoras basadas en este último sistema son las más estables y las que eligen principalmente las universidades y las empresas que poseen sitios Web con una misión crítica. Son, sin embargo, difíciles de instalar, porque requieren la asistencia de un operador que conozca el entorno UNIX, a veces complejo. Las computadoras que funcionan con Windows NT son más baratas y más fáciles de instalar; sin embargo, no son tan



© Fotografía de Dick Meier

Diorama de mamíferos africanos del Museo de Historia Natural del Condado de Los Ángeles.

estables como las basadas en UNIX y, como no se utilizan corrientemente en los medios universitarios, no se han creado para ellas programas de dominio público o de contribución voluntaria (gratuitos o de bajo costo). Esto significa que el costo del soporte lógico puede ser superior.

La elección del soporte lógico dependerá de las necesidades de la institución y de la capacidad técnica de su personal. Existe una amplia variedad, desde los que se instalan y funcionan prácticamente solos, hasta paquetes que pueden adaptarse a las necesidades específicas del museo. Netscape, Sun Microsystems y Microsoft ofrecen algunas de las soluciones comerciales más comunes. Apache (http://www.apache.org) es también uno de los programas más corrientes de dominio público.

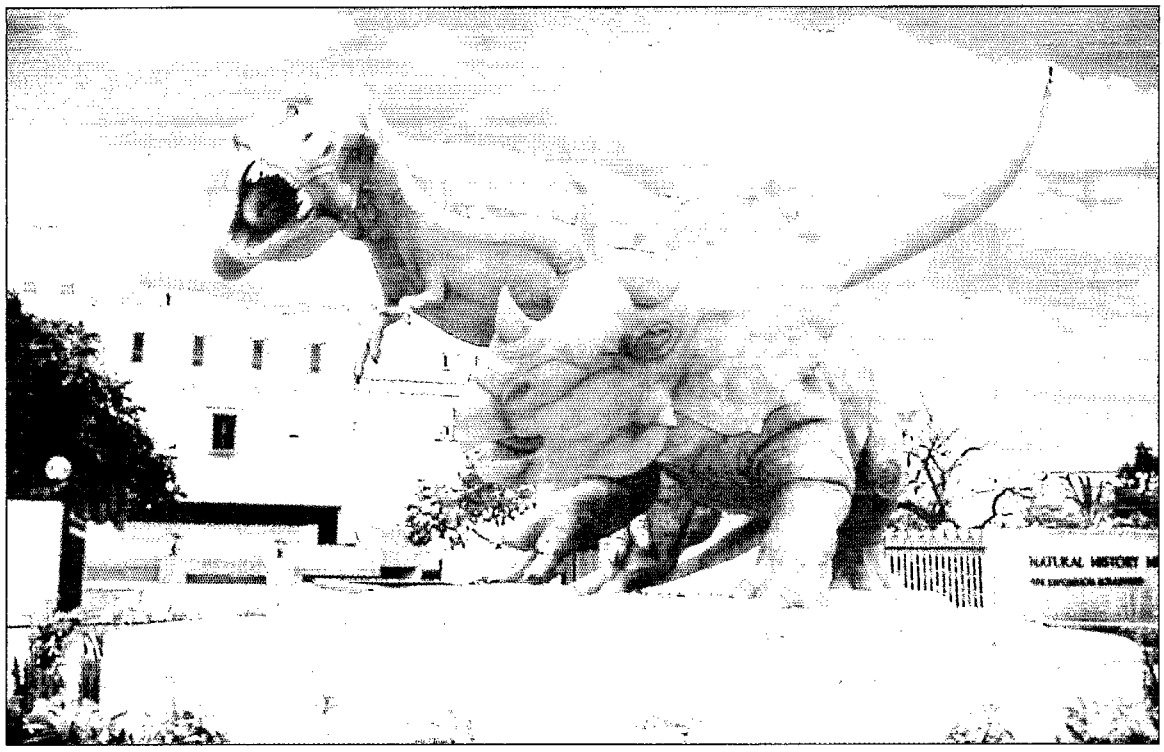
El museo que recurre a una organización externa para alojar su sitio debe elegir cuidadosamente un proveedor que pueda suministrar los servicios y el soporte lógico que correspondan a sus necesidades. Es importante determinar quién se encargará de actualizar el sitio Web y con qué frecuencia puede realizarse la operación. Más importante aún es que el museo determine quién diseñará el sitio. Los mejores son diseñados por equipos que trabajan dentro de la propia institución, ya que los diseñadores externos suelen crear sitios atractivos, pero con escaso contenido.

Pautas y normas de diseño

En la primavera de 1999, el sitio Web del Museo de Historia Natural del Condado de Los Ángeles (http://www.nhm.org) contenía más de 10.000 imágenes y páginas. A medida que el sitio crece en tamaño, resulta fundamental establecer pautas y normas de diseño. Todas la páginas deben compartir ciertos elementos fundamentales y poseer un fondo similar y una identificación de «marca» o de comercialización, lo que permite al usuario desplazarse de un lado a otro del sitio sin que se produzcan cambios de estilo que se presten a confusión. Al pie de cada una de las páginas deben figurar una nota en la que se indique al usuario el nombre de la institución, la finalidad de la página y la forma de acceder a información conexa.

Si es posible, se facilitará información en formatos válidos para usuarios con problemas de audición o visión. El texto se incluirá en el cuerpo de la página Web, y no como parte de un fichero de imágenes. Los textos que figuran en ficheros de imagen no son fácilmente interpretados por los programas que «leen» textos para los usuarios con problemas de visión. También habría de facilitarse una descripción textual de la imagen (lo que puede lograrse mediante un elemento de lenguaje html llamado *alt tag*). Pensando igualmente en los usuarios con problemas de

© UNESCO 2000



© Fotografía de Dick Meier

«Duelo en bronce», en la entrada norte del Museo.

audición, las grabaciones sonoras y de vídeo no subtituladas deberían ir acompañadas de las correspondientes transcripciones textuales.

A medida que aumentan las dimensiones y la complejidad del sitio, cobran importancia los auxiliares de navegación. Los usuarios de Internet utilizan un programa llamado «Explorador» para acceder a una página Web. Cuando el usuario introduce la dirección (URL) de un sitio Web en el explorador, éste visualiza el sitio en una «ventana» que, en algunos casos, puede subdividirse en partes denominadas «áreas». Cada una de estas áreas puede funcionar independientemente de las demás áreas de la ventana. Este sistema permite mantener la información contextual y de navegación en un área y el contenido educativo o de la exposición en otro. Separando estos componentes, el museo crea un sitio en que el material existente puede combinarse con nuevo material. Es posible facilitar miles de enlaces que establecen vínculos entre páginas, lo que permite a los usuarios realizar las búsquedas que les interesen a través de diversos temas. El Museo de Historia Natural del Condado de Los Ángeles ha utilizado esta técnica para poner en relación temas que van desde la exploración de las diversas culturas de África al examen de los factores que amenazan la supervivencia del tigre.

Además de los enlaces de navegación básica, los sitios Web deben adaptarse a las normas internacionales que facilitan su búsqueda. Dos grupos que trabajan en la elaboración de normas para los museos son la Dublin Core Metadata Initiative (Iniciativa de Metadatos Fundamentales de Dublín) y el Consortium for the Computer Interchange of Museum Information (CIMI) (Consorcio para el intercambio electrónico de información sobre los museos). La norma del Dublin Core (http://purl.org.DC) consta de una serie de elementos (metadatos) que describen la información electrónica y pueden incorporarse a las páginas Web del museo, mejorando mucho la calidad de los resultados de la búsqueda. La norma Dublin Core ha sido elaborada por un comité internacional, y al adoptarla un museo pasa a formar parte de una comunidad más amplia que aspira a simplificar la gestión de los recursos en línea. La CIMI, fundada en 1990, ha publicado un marco normativo (http://www.cimi.org) para uso de los museos, y tiene en ejecución diversos proyectos destinados a estudiar los diferentes medios de catalogación y gestión de la información electrónica.

Determinación del contenido

Como los museos suelen ser almacenes de información natural y cultural, rara vez constituye un problema encontrar material para el sitio Web. Un problema más frecuente, sin embargo, es determinar qué material hay que incluir primero. Centrarse

en el cometido del museo ayudará a menudo a aclarar las prioridades. ¿Es el museo principalmente una institución o más bien tiene fines educativos y de exposición? En el primer caso, lo más importante será preparar información sobre las colecciones disponibles. En el segundo, quizá haya que dar prioridad al material explicativo y didáctico. En la mayoría de los casos, hay que llegar a un equilibrio entre necesidades diferentes.

Los grandes museos suelen poseer colecciones con millones de objetos sobre los que sólo existe documentación en papel. Para presentar las colecciones en línea, los museos tienen que realizar primero un catálogo electrónico, lo que constituye una tarea larga y costosa. Sin embargo, las descripciones de las colecciones que comprenden imágenes de los objetos e información sobre la naturaleza y alcance de la colección pueden ponerse en línea inmediatamente mientras continúa el proceso de catalogación.

Dado que el sitio Web se destina a un público mundial, el material explicativo y didáctico debe modificarse a fin de que resulte de mayor utilidad a los usuarios que se hallen geográficamente a gran distancia. El museo también puede traducir el material a diversos idiomas. Este material en línea debe enseñar y entretener, pero también puede influir en la futura actitud hacia los museos. Los niños que visitan los sitios Web de museos serán los contribuyentes, los fundadores y los visitantes de mañana.

El museo de Paleontología de la Universidad de Berkeley, California (http://www.-ucmp.berkeley.edu) es un buen ejemplo. Pequeño y con poco espacio para exposiciones, en el otoño de 1993 puso en marcha un magnifico sitio Web que permitía el acceso a la base de datos de la colección del museo y ofrecía más material interpretativo del que era posible exponer dentro de los muros del museo. Hoy día el sitio recibe mas de 900.000 consultas semanales (900.000 consultas pueden equivaler, como poco, a 3.500 visitantes), y este éxito ha proporcionado al museo fondos para usos innovadores de la tecnología numérica.

Los sitios Web brindan a los museos la extraordinaria ocasión de colaborar en línea con otras organizaciones científicas, culturales y comerciales. En 1999, el Museo de Historia Natural del Condado de Los Ángeles puso en marcha una nueva exposición en línea titulada «Viaje a través del tiempo» (http://www.nhm.org/journey), fruto de la colaboración con REMedia Inc. (http://www.remedia.com), productora de títulos educativos en CD-ROM. Gracias a los intercambios de recursos, el museo pudo reducir el tiempo de programación a algunos meses.

Evaluación del éxito del sitio

Para estimar el éxito de un sitio Web, hay que definir claramente los objetivos del museo y llevar a cabo un estudio serio del sitio. ¿Quién lo visita y en qué se asemejan o diferencian esos usuarios de los de otros tipos de sitios Web? ¿En qué se diferencian de los visitantes que acuden realmente al museo? ¿Capta y mantiene el sitio Web la atención del público? De ser así, ¿qué elementos del sitio atraen a los visitantes en línea? Y, ¿cuáles son las repercusiones a corto y a largo plazo de los sitios museísticos Web en el público?

La mayoría de los museos mantienen registros numéricos de las actividades de su sitio Web. Sin embargo, a medida que aumenta el número de usuarios, los archivos adquieren tales dimensiones que su gestión resulta imposible. Además, la información que contienen los registros no siempre es útil o fácil de interpretar. El tipo más básico de información registrada es el «acceso», consistente en una petición de datos al navegador del usuario por cada elemento visitado. El elemento solicitado y la dirección de Internet del usuario quedan registrados. Si una página Web consta de un bloque de texto y cuatro imágenes, de esa página Web resultarán cinco accesos

© UNESCO 2000

(uno por el texto y cuatro más correspondientes a las imágenes). El número de accesos está indirectamente relacionado con el número de visitantes. A medida que el sitio Web crezca en dimensiones, complejidad y popularidad, el número de accesos aumentará rápidamente, pero es posible que estas cifras no den una medida válida del número real de visitantes. Existen diversos programas que analizan en profundidad los registros de los sitios Web y proporcionan estimaciones más útiles sobre el número de visitantes, la duración de la visita y la información visualizada. El más común de estos instrumentos lo facilita la WebTrends Corporation (http://www.Webtrends.com).

El análisis de los registros del sitio Web puede ayudar a entender en parte el éxito del sitio, ya que sólo preguntando directamente al usuario mediante estudios en línea o entrevistas personales se puede llegar a comprender más cabalmente. Esta información puede combinarse con análisis de los registros del sitio Web para construir un modelo que permita conocer la influencia sobre el público. Dado que se recaba y estudia información sobre muchos sitios diferentes, se puede determinar la incidencia a largo plazo de los sitios Web científicos y culturales.

Comercialización

La URL o dirección del sitio Web deberá figurar en todas las publicaciones, comunicados de prensa, vallas publicitarias, carteles y anuncios de radio y televisión del museo. También deberá facilitarse a todos los principales directorios y sistemas de búsqueda de la Red, como por ejemplo, Yahoo (http://www.yahoo.com) y Altavista (http://www.altavista.com). Es preciso que los sitios Web adopten la normativa internacional para facilitar su búsqueda a los usuarios. El cumplimiento de esas normas permitirá a un mayor porcentaje de usuarios descubrir el sitio Web al realizar sus búsquedas en Internet. El nivel de utilización guarda una relación directa con el número de enlaces existentes entre el sitio Web del museo y otros sitios Web. De hecho, los enlaces constituyen el medio más corriente por el que los usuarios descubren un sitio Web y, por consiguiente, es muy importante proporcionar enlaces con sitios Web que posean información similar y solicitar los suyos. Las instituciones que proporcionan enlaces se consideran aliadas que ayudan al usuario a encontrar sitios de calidad, y a cambio reciben un mayor número de enlaces. Es posible cuantificar el número de enlaces que tiene un sitio Web de un museo procedentes de otros sitios Web. Se puede utilizar un sistema de búsqueda en Internet, como Altavista, para buscar los enlaces externos con el sitio Web del museo excluyendo los enlaces internos. La información obtenida es importante, porque está directamente relacionada con la popularidad del sitio.

La comunicación con determinados públicos usuarios del sitio Web es posible mediante la suscripción a un servicio de diálogo y la participación en él por medio de grupos «usenet» (www.yahoo.com) y «listservs» (servidores de listas) (http://lsoft.com). El simple envío de anuncios de nuevas presentaciones en línea tiene escasa o ninguna repercusión. Es mejor hacer participar al público durante la fase de diseño, pidiéndole su opinión sobre el sitio y su colaboración. Este tipo de diálogo atraerá al número de clientes necesarios para obtener enlaces de otras organizaciones.

En suma, es mucho lo que hay que tener en cuenta al planificar y crear un sitio Web y no escasean los ejemplos y recursos de Internet que nos pueden servir de guía y en los que nos podemos inspirar. Pero la clave de un buen sitio Web es la participación de todos los empleados del museo. Los consultores pueden dar el acabado final, pero sólo la experiencia y el talento de los profesionales del museo hará posible crear sitios de contenido útil y sustancioso. ■

© UNESCO 2000

El Museo del Palacio Topkapi

A. Enis Cetin, Omer N. Gerek y Ahmed H. Tewfik

Conjunto arquitectónico, similar a una ciudad, que se yergue sobre el Mar de Mármara y el Bósforo, el legendario Palacio Topkapi de Estambul fue durante 400 años sinónimo de la historia otomana y centro de un extenso imperio. Transformado en museo, alberga en la actualidad un tesoro tan inmenso como heterogéneo. A continuación se explica el reto que supuso presentar a la vez en Internet los esplendores del palacio y la riqueza de sus colecciones. Los autores, ingenieros electricistas, trabajan en distintos aspectos de la investigación avanzada en las nuevas tecnologías. Tras haber sido profesor visitante en la Universidad de Minnesota (Estados Unidos), A. Enis Cetin es actualmente catedrático de la Universidad Bilkent de Ankara y presidió el Taller de Señales No Lineales y Tratamiento de la Imagen, que se celebró en Ankara en junio de 1999, organizado por el IEEE (Instituto de Ingenieros Electricistas y Electrónicos) y EURASIP (Asociación Europea para el Tratamiento de Señales). Omer N. Gerek trabaja actualmente en el Laboratorio de Tratamiento de Señales del Instituto Federal Suizo de Tecnología-EPFL de Lausana (en excedencia del Departamento de Ingeniería Eléctrica y Electrónica de la Universidad Anadolu, Eskisehir, Turquía). Ahmed H. Tewfik es profesor de comunicaciones electrónicas en la Universidad de Minnesota y en 1993 fue el primer redactor jefe del boletín sobre tratamiento de señales del IEEE.

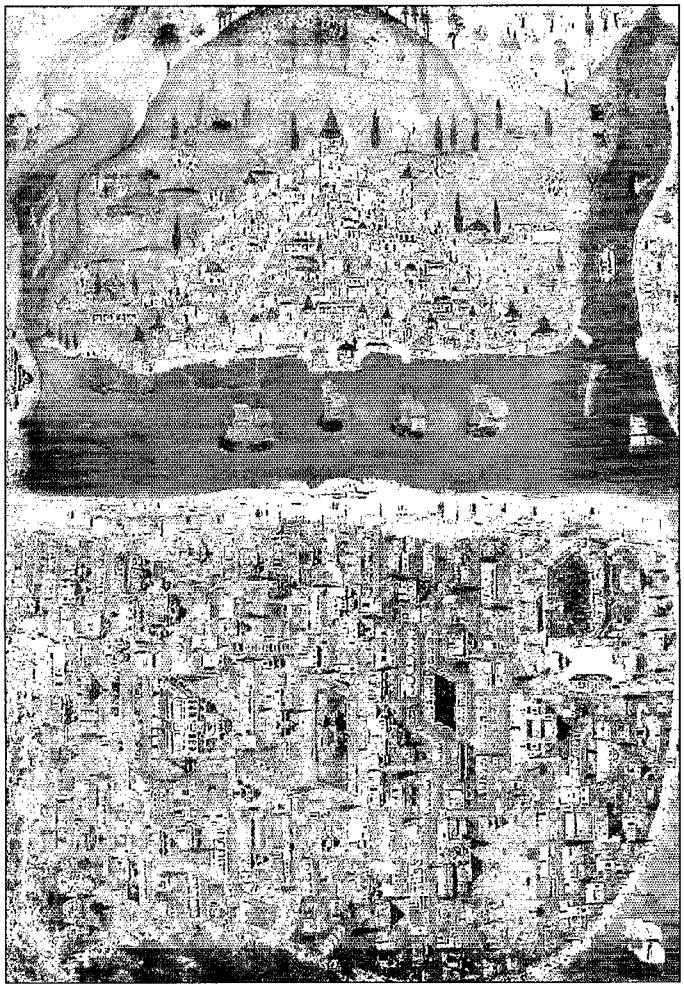
El sitio Web del Museo del Palacio Topkapi se creó gracias a la beca de investigación concedida por la Fundación Nacional de Ciencias a la Universidad Bilkent de Ankara y a la Universidad de Minnesota, con el nombre de «Sistema de Gestión de la Información Museística Audiovisual». El Palacio Topkapi de Estambul no sólo fue la residencia de los sultanes otomanos, sino también el centro administrativo del imperio durante cuatro siglos. El primer edificio fue construido en 1470 por Mehmet II (el Conquistador), y fue convirtiéndose en un vasto complejo de edificios, pabellones, patios y jardines hasta el reinado de Abdulmecid I (1839-1860).[1] Tras la fundación de la República Turca en 1923, el Palacio Topkapi fue renovado y transformado en museo.

La dirección del sitio Web del Palacio Topkapi en la Universidad Bilkent es la siguiente: http://www.ee.bilkent.edu.tr/-history/topkapi.html, y entran en él unos mil visitantes al mes. La mayoría de las



Foto: cortesía de los autores

Mapa de Piri Reis, donde puede verse una parte de Europa, la costa occidental de África, América Oriental, Central y del Sur, el Océano Atlántico y algunas islas. Es el más antiguo de los mapas que se conocen con los continentes norteamericano y suramericano.



Plano en miniatura de Estambul (siglo XV), obra de Matrakci Nasuh. El Palacio Topkapi se encuentra en la entrada del Cuerno de Oro y del Estrecho del Bósforo.



Retrato del Sultán Mehmet II el Conquistador, obra de Sinan Bey (siglo XV).

Fotos: cortesía de los autores

imágenes en «exhibición virtual» son versiones numerizadas de documentos, objetos y pinturas expuestos en el Palacio Topkapi. La enorme cantidad de piezas expuestas y archivadas no permitió numerizar e introducir en el sitio Web más que una parte de las colecciones del museo.

El sitio Web fue concebido de manera jerárquica. La parte inicial presenta la historia resumida del Palacio Topkapi y las rúbricas principales. Las palabras clave más importantes aparecen marcadas como campos activos, y haciendo clic en ellas el visitante puede obtener información detallada sobre el emplazamiento del palacio y el plano del museo.

Las rúbricas principales se subdividen en tres partes. En la primera parte se facilita información logística bajo los siguientes títulos: Antecedentes históricos, Contacto con el museo e información para el visitante, Libros y documentos sobre el Museo del Palacio Topkapi y Guía del Palacio Topkapi.[2]

La segunda parte está organizada según las distintas secciones del Museo del Palacio Topkapi:

Prendas y vestidos palaciegos: atuendos de los sultanes y una variedad de kaftanes, alfombras y tejidos.

Tesoro imperial: piezas famosas de joyería, entre las que figuran el conocido diamante del «fabricante de cucha-

© UNESCO 2000

ras», el trono del shah Nadir y el puñal Topkapi, además de las pinturas de las cámaras del tesoro.

Libros, mapas y documentos caligráficos: este enlace consta de dos subenlaces, la Colección de Coranes y el Pergamino Topkapi. En el primero, un artículo describe los ejemplares del Corán que se encuentran en la biblioteca del Palacio Topkapi y presenta imágenes escogidas de algunas páginas. El subenlace del Pergamino Topkapi contiene imágenes de un documento muy bien conservado que muestra la teoría y la práctica del dibujo geométrico en la arquitectura y la ornamentación islámicas. En esta sección se encuentra también el mapa de Piri Reis, que es el más antiguo que se conoce, con los continentes de América del Norte y del Sur. Trazado en colores sobre pergamino, es obra del geógrafo turco Piri Reis (siglo XVI).

Pinturas en miniatura: miniaturas encontradas en copias ilustradas de libros clásicos y fragmentos encolados o reunidos en álbumes. Los primeros ejemplos de pinturas otomanas en miniatura se remontan a mediados del siglo XVI, en tiempos del Sultán Mehmet (Mehmet el Conquistador).

Este enlace tiene nueve subenlaces: ilustraciones islámicas primitivas; ilustraciones laicas y pinturas persas; los mongoles y la pintura; pinturas persas de la época de los timúridas; uzbekos y safáridas; ilustración de libros bajo los otomanos; miniaturas turcas del siglo XVI; arte islámico-turco, miniaturas de Zubdat Al-Tawarikh. Se presentan más de 100 reproducciones de gran calidad de diversas miniaturas, que no sólo representan obras otomanas, sino también de muchas dinastías y regiones distintas dentro del mundo islámico.

Retratos de los sultanes: retratos en miniatura de diversos sultanes, entre ellos Mehmet el Conquistador.

Relojes: imágenes de diversos relojes utilizados en el palacio.

Cámaras de las reliquias sagradas: ocupan esta sección del palacio las reliquias del profeta Mahoma traídas por el Sultán Yavuz Selim I tras la conquista de Egipto en 1517. Se trata de objetos personales del Profeta Mahoma, por ejemplo, sus cartas, su manto y sus espadas.

Porcelanas: un total de 10.700 porcelanas chinas y japonesas del siglo XIII al siglo XX convierten la colección Topkapi en una de las más valiosas del mundo. Se exponen aquí algunas piezas destacadas.

Armas y armaduras: este enlace está actualmente en preparación y constará de imágenes de armas y uniformes de los jenízaros.

La tercera parte del sitio Web versa sobre la arquitectura y el emplazamiento del museo. El Palacio Topkapi se encuentra en Sarayburnu, uno de los lugares más espectaculares de Estambul. Se trata de una estructura que ha ido evolucionando en el tiempo y en el espacio, que no fue diseñada por un solo arquitecto y cuyo estilo es deliberadamente modesto, sin fachadas monumentales. En esta parte del sitio Web, el visitante tiene acceso a fotografías de diversas puertas, secciones interiores y exteriores del harén (aposentos de los sultanes otomanos), el Pabellón de Bagdad, habitaciones de varios sultanes, baños y patios, así como reproducciones de superficies y paredes profusamente decoradas. El visitante puede contemplar también una imagen en directo del Palacio Topkapi y la entrada del Cuerno de Oro y el Bósforo desde el Mar de Mármara. La imagen en directo se obtiene por medio de un enlace con una cámara situada en los tejados del edificio del Turkcell Plaza de Estambul.

También se incluye una bibliografía. El visitante no sólo encontrará una lista de libros y artículos sobre el Palacio Topkapi, sino que además tendrá acceso a los enlaces con otros sitios Web rela-

© UNESCO 2000

cionados con el tema y al catálogo de la colección Halil Inalcik, de la biblioteca de la Universidad Bilkent, que contiene información sobre la propia obra del Profesor Inalcik y una colección de documentos raros sobre la historia del Imperio Otomano y de Turquía.

El sitio Web tiene una excelente resolución óptica. Al principio aparecen versiones de baja resolución (reseñas) de las imágenes, y haciendo clic en ellas aparecen las imágenes de alta resolución. La información del sitio Web del Palacio Topkapi es gratuita, pero, como algunas de las imágenes numerizadas de gran calidad tienen valor comercial, se han introducido en ellas filigranas numéricas para impedir su utilización no autorizada.[3] Las filigranas numéricas pueden ser visibles o invisibles, y las que se han introducido en algunas de las imágenes del sitio Web del Palacio Topkapi son invisibles.

Recientemente se ha establecido una cooperación técnica entre el proyecto del sitio Web del Palacio Topkapi y el proyecto europeo OCTALIS (Offer of Contents through Trusted Access Links: Oferta de Contenidos mediante Enlaces de Acceso Fiables), cuya finalidad es crear agencias comerciales de datos audiovisuales en Internet. Debido a los problemas de derecho de autor que han de afrontar los museos y las bibliotecas en línea, empiezan a surgir agentes de comunicación fiables y seguros. Con la introducción de OCTALIS, el sitio Web del Palacio Topkapi trata de integrar un enfoque global que permite un acceso condicional y una protección eficiente del derecho de autor mediante el uso de filigranas numéricas para la protección del derecho de autor y de Secure Socket Layer (SSL) o de Open Kernel for Access to Protected Interoperable Interactive Services (OKAPI) para una transmisión segura de los datos, comprendida la autentificación de las partes implicadas. ■

Agradecimientos. Los autores desean dar las gracias al Ministerio de Cultura y al Ministerio de Relaciones Exteriores por haberles permitido utilizar materiales presentados en el sitio Web, al Dr. Engin Ozgen, ex Director General de Museos y Monumentos Históricos, y al Dr. Filiz Cagman, Director del Museo del Palacio Topkapi.

Notas

1. Gulru Necipoglu, *Architecture, Ceremonial and Power: The Topkapi Palace in the Fifteenth Century*, Nueva York, Architectural History Foundation, 1991; Ahmet Ertug, *Topkapi: The Palace of Felicity*, Estambul, Ertug & Koluk.

2. Murat Belge y Ara Guler, «Guide to Topkapi Palace», *Skylife*, nº 138, octubre de 1994.

3. Mitchell D. Swanson, Mei Kobayashi y Ahmed H. Tewfik, «Multimedia Data-Embedding and Watermarking Technologies», *Actas del IEEE*, vol. 86, nº 6, págs. 1064-1087, junio de 1998.

© UNESCO 2000

El MUVA: un museo virtual en el Uruguay

Alicia Haber

Con una arquitectura asombrosa y una colección única de arte contemporáneo, el MUVA existe solamente en Internet y en la imaginación del equipo que lo creó. Alicia Haber, su directora y guía espiritual, es profesora de historia del arte; ha trabajado como asesora artística y conservadora principal de exposiciones para el Departamento de Cultura de la Intendencia Municipal de Montevideo desde 1988. Es autora de diversos libros y monografías, y ha recibido premios y becas de prestigio, como la «Mentor Grant», Fundación Rockefeller, y la Beca Fulbright de investigación en administración de las artes, para trabajar en el Museo de Arte Contemporáneo de Chicago y en la escuela del Instituto de Arte de Chicago. Es una de las críticas de arte más famosas del Uruguay y en 1988 fue elegida mejor crítica latinoamericana del año por la Asociación de Críticos de Arte de Argentina.

El MUVA, Museo Virtual de Artes El País, abrió sus puertas el 20 de mayo de 1997 con dos direcciones: http://www.diarioelpais.-com/muva en español y http://www.diarioelpais.com/muva2 en inglés. Es al mismo tiempo el mayor sitio Web del Uruguay y el más relevante, además del primer museo virtual del país. Si bien en esta primera fase se ha dedicado a presentar el arte uruguayo, se ha previsto dotarlo de una sección de arte latinoamericano.

Las razones por las que fue creado están muy relacionadas con la situación del arte en el Uruguay, y no sólo con el impacto de Internet como nuevo medio de comunicación. En efecto, las artes visuales son muy importantes en la vida cultural uruguaya y los expertos nacionales e internacionales estiman que la producción artística es una de las características más destacadas del país, de gran significación para el ámbito latinoamericano. Pese a ello, la vida artística del país se enfrenta con muchos problemas debidos a factores socioeconómicos que hacen difícil darla a conocer.

Los fondos de que se dispone para el arte, los museos y los centros artísticos no bastan porque el país ha sufrido una crisis prolongada que ha durado más de treinta años y de la que apenas está empezando a recuperarse lentamente. Naturalmente, sus primeras prioridades son la salud pública, la educación, la estabilización y la solución de problemas a largo plazo y, en tal contexto, el arte no es prioritario; pese a que en el Uruguay hay una tradición de amplios servicios sociales y culturales facilitados por el Estado, desgraciadamente no se recurre casi a subvenciones privadas para las artes ni a los incentivos como, por ejemplo, una política de deducciones fiscales. La creación del MUVA se debe en parte a las frustraciones y limitaciones que nacen de estas realidades socioeconómicas y a los imperativos de la sociedad uruguaya, muchos de los cuales se disipan hasta cierto punto en el ciberespacio.

Ahora bien, un museo virtual no resolverá los problemas del arte uruguayo y el propósito no es sustituir la



Foto: cortesía de la autora

«Tango», de Pedro Figari. Óleo sobre cartón, original. Expuesto en el MUVA. Colección privada (Montevideo).



Foto: cortesía de la autora

Vista general de la exposición de José Gurvich.

realidad ni usurpar el contacto con las obras de arte reales. Mi sueño, como conservadora e historiadora y como uruguaya, es que en el futuro contemos con museos y colecciones reales que sean modernos y con suficientes fondos para organizar exposiciones. Este museo virtual es un nuevo medio para mejorar la difusión del arte uruguayo y calmar las frustraciones en otro terreno: el mundo virtual podría ofrecer al arte uruguayo un nuevo lugar en el mundo real.

Las concepciones museísticas están cambiando. Un museo no tiene necesariamente paredes y tampoco es más un mero depósito, sino que también puede constituir una fuente de información en línea, un foro de debate, una ayuda para la búsqueda y la divulgación de conocimientos. El museo virtual tiene la ventaja de ser un sistema interactivo, en el que cualquier persona puede contemplar cualquier tipo de arte a cualquier hora y en cualquier lugar. Como lo han señalado algunos de mis colegas, esta idea no es del todo nueva: Marcel Duchamp creó un museo portátil (La Boîte à Valise) y, André Malraux, el concepto de *«Musée Imaginaire»*.

Al mismo tiempo, la creación del MUVA guarda relación con el auge de Internet en el país; además de estar desarrollándose rápidamente, su utilización aumenta de forma espectacular. En efecto, el Uruguay es uno de los países latinoamericanos con mayor tasa de utilización de Internet por habitante. En realidad, además de tener una densidad telefónica muy elevada es el único país del continente que cuenta con un sistema enteramente digital.

Un diario toma cartas en el asunto

En 1996 empezó a cobrar forma la idea del museo virtual. Lo quería crear lo antes posible pero, consciente de las dificultades por las que pasaba el país y de la lentitud con que se suele salir de los periodos lar-

© UNESCO 2000

gos de crisis, me preocupaban los trámites y la burocracia. Así fue como me puse en contacto con un patrocinador, que es el diario más importante del Uruguay *El País*. Éste aceptó y respaldó el proyecto, y desde entonces el MUVA pertenece a este diario, que tiene el perfil adecuado para patrocinarlo. En marzo de 1996, creó su propio sitio Web, que tiene mucho éxito, así como la edición digital del diario (http://www.diarioelpais.com) que ha salido premiada. Tiene un Departamento de Proyectos Digitales y un Departamento de Sistemas y Computación. *El País* no sólo se interesa por las experiencias digitales y los proyectos en Internet, sino que también tiene un largo historial en materia de mecenazgo y de creación de espacios especialmente dedicados a las artes.

En cuanto el proyecto fue aprobado, el Departamento de Proyectos Digitales, dirigido por Guillermo Pérez Rossel, creó un equipo y dotó al MUVA de su personal: éste está integrado por una conservadora e historiadora de arte, periodistas, diseñadores gráficos, técnicos, fotógrafos, arquitectos, dos responsables de la Red, un diseñador especializado en infografía, técnicos informáticos y un traductor.

Uno de los problemas a los que el MUVA tiene que hacer frente es el del presupuesto. No podemos sobrecargar el diario. Este proyecto no cuenta con computadoras ultramodernas ni con equipos o programas del más alto nivel. Se utiliza más creatividad técnica y menos recursos que si hubiera habido condiciones más favorables. No intervienen asesores del exterior, todo está hecho por uruguayos y tratamos de lograr los mejores resultados con un costo mínimo.

Teniendo en cuenta las limitaciones de la esfera artística uruguaya y las posibilidades que ofrece Internet, el MUVA procura mostrar lo mejor del arte uruguayo en un entorno virtual que dé una intensa sensación de realidad. La idea es utilizar la Red como un sitio de exposición, que reproduzca lo que se vive en los museos y, en lo posible, dé al que lo visite la sensación de que se encuentra verdaderamente dentro de un edificio. Siguiendo este razonamiento, el principio rector es, por lo tanto, crear entornos virtuales estrechamente vinculados a la realidad; el MUVA no es un museo real, pero tampoco es el recorrido lineal de un catálogo de imágenes.

El MUVA se encuentra en un edificio especialmente diseñado para ese fin por arquitectos, que podría construirse en cualquier momento. Si se creó un edificio virtual para alojarlo es porque la construcción de un museo para las artes como los que se destacan en las grandes capitales metropolitanas del mundo hubiera resultado prohibitiva para el Uruguay. Así fue como los avances en materia de realidad virtual y el desarrollo de Internet han permitido intentar una gran aventura: diseñar lo que hoy en día es un museo imposible para el Uruguay.

El proyecto del edificio se encomendó a cuatro arquitectos que hicieron los planos con DataCAD. Trabajaron como si fueran a construir un museo verdadero, con una superficie edificada real de 6.000 m^2 y virtualmente situado en pleno centro de Montevideo. El edificio tiene cinco pisos principales y tres niveles adicionales, conectados entre sí por desniveles. Otra idea importante por la que se rigió la creación del edificio virtual es que las obras de arte debían presentarse en un contexto espacial de manera que el contacto visual con ellas resultara favorecido y diera una sensación comparable a la que se puede tener en un museo.

El edificio, sus salas y corredores, sus espacios públicos y sus archivos, todo tiene una dimensión virtual que emula ese museo imposible. Basándose en el proyecto arquitectónico, el diseñador gráfico Mario Buchichio se ocupó de la producción digital del MUVA y realizó la versión tridimensional del museo. Una parte muy importante de este proceso de construcción fue la colaboración con el

© UNESCO 2000

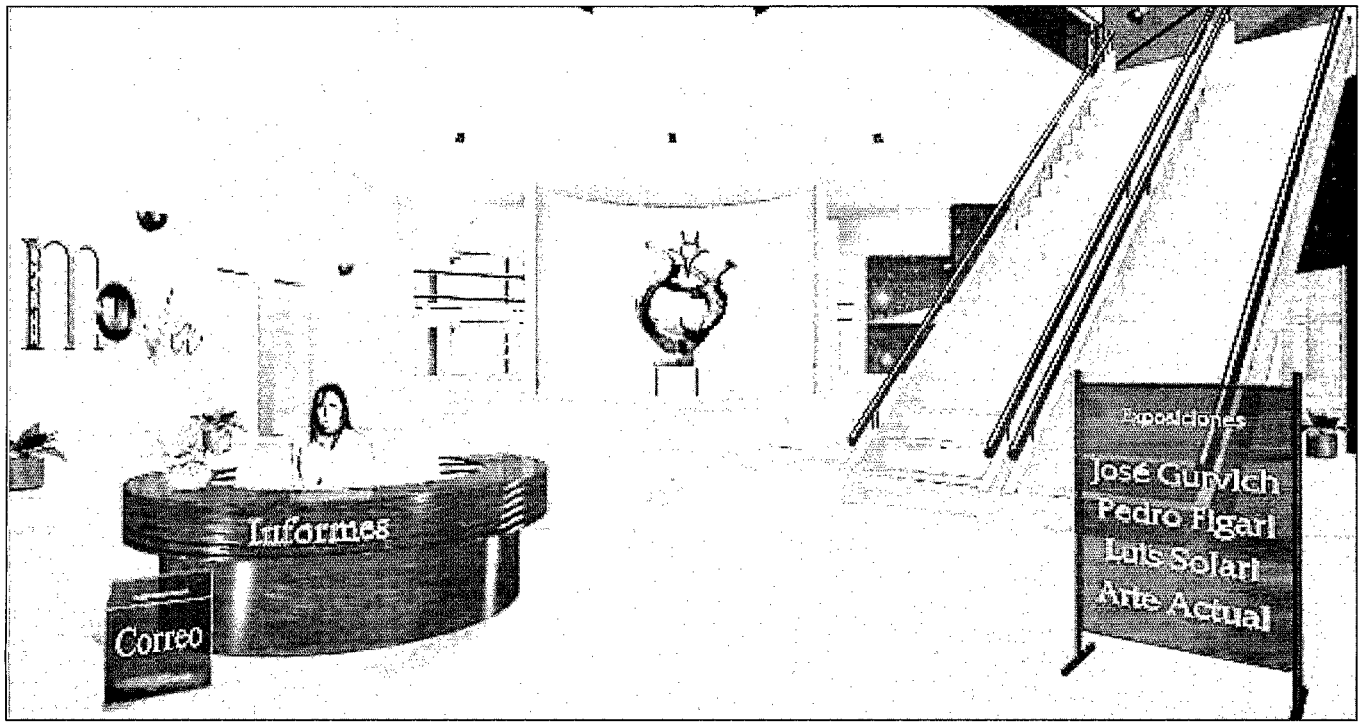


Foto: cortesía de la autora

Entrada principal del edificio virtual del MUVA.

físico Leonardo Setaro, con el fin de garantizar la compatibilidad del diseño con la técnica de navegación por el MUVA. Los efectos realistas del dibujo en tres dimensiones están combinados con una utilización especial del lenguaje html.

Una de las ideas clave es que el usuario tiene que acceder fácilmente al mundo virtual del MUVA, olvidándose que está frente a una computadora personal y utiliza un navegador. El MUVA incita al usuario a visitar el edificio, penetrar en otra realidad, tener una sensación virtual y vivir una ilusión. Los mandos son intuitivos, y responden a los movimientos normales del ser humano: la sensación de avanzar de una sala a otra, recorrer una sala de exposición, subir y bajar escaleras, tomar los ascensores, acercarse al mostrador de información y enviar mensajes. Los usuarios pueden dar vueltas, avanzar y retroceder, observar imágenes que simulan espacios tridimensionales y tener, hasta cierto punto, la sensación de estar visitando un museo y disfrutando de su arquitectura y de las obras de arte al mismo tiempo. La intención es, sin embargo, que el ritmo sea relativamente rápido. Un usuario que posea una computadora y un módem estándar conectados a un buen proveedor de servicios de Internet podrá recorrer las salas con bastante rapidez.

Nuevas oportunidades para el arte uruguayo

El MUVA está especializado en una de las contribuciones más significativas al arte latinoamericano, el arte moderno y contemporáneo uruguayo y, en un futuro próximo, abrirá sus puertas a otros exponentes del arte latinoamericano. Ofrece al visitante la posibilidad de admirar, en la pantalla de su computadora personal, representaciones de calidad de las mejores obras de arte uruguayas, aprovechando las posibilidades de Internet de un medio adaptado a las exposiciones de

© UNESCO 2000

Foto: cortesía de la autora



«Mundo de imágenes y personajes», de José Gurvich. Óleo sobre lienzo, original, expuesto en el MUVA. Colección de la familia del artista (Montevideo).

arte y a sus múltiples imágenes. Busca nuevas oportunidades para el arte uruguayo y trata de ampliar su difusión. Propone a los artistas uruguayos un nuevo lugar donde exponer, y desea darles más oportunidades de acercarse a la comunidad artística nacional e internacional. A mismo tiempo, el MUVA se esfuerza por descentralizar la cultura, al atraer a un nuevo público hacia el arte, los museos y las colecciones reales, y al alentarlo a apreciar las obras de arte que albergan.

En mi calidad de directora y conservadora del MUVA, mi objetivo es presentar un amplio espectro de la creatividad artística uruguaya y exponer lo más relevante del arte nacional en sus diferentes formas. El museo está particularmente dedicado al arte moderno y contemporáneo y destaca los lenguajes visuales contemporáneos, poco atendidos en los museos uruguayos y menos conocidos a escala internacional. Si bien procura abarcar las obras de los maestros, los más destacados exponentes del arte uruguayo, también acoge a los artistas que ya han adquirido cierta notoriedad y a los artistas de vanguardia. El MUVA está abierto a diversas formas, estilos y medios de comunicación. Una de sus principales características es que abre el camino a campos poco explorados, que suelen ser prácticamente inaccesibles. Gracias al MUVA, el público tiene la posibilidad de ver obras de arte que se encuentran en los talleres de los artistas y en las colecciones privadas, desde las obras de los artistas más jóvenes hasta las de los maestros.

El MUVA trata de utilizar el lenguaje y la práctica de las exposiciones organizadas en los museos por lo que se refiere a la clasificación, el contexto, la comprensión y la acogida del público. Pretende crear una experiencia visual que sea a la vez fuente de placer estético y de gratificación intelectual, y que, por su carácter autodidáctico, estimule la función cognoscitiva. Hemos publicado en línea considerables informaciones sobre los artistas y las imágenes. Proponemos comentarios sustanciales sobre las obras y su contexto histórico y estético, pues pensamos que todo museo virtual de calidad debería poseer esta característica. Además de la información habitual que se encuentra en los museos acerca de las obras de arte (título, fecha, tamaño, técnica, medio, y ubicación), esos comentarios comprenden explicaciones sobre su contexto histórico y cultural, así como referencias a las

© UNESCO 2000

escuelas, los estilos o periodos que las obras de arte representan, biografías y bibliografías, y tratamos asimismo de incluir comentarios personales de los artistas, especialmente cuando se trata de creadores jóvenes o de vanguardia. El contenido de los textos que presenta el MUVA es original, escrito especialmente por un historiador de arte profesional cuyo currículum se encuentra en línea. Como somos conscientes de las dificultades que plantea identificar las fuentes de las informaciones que se encuentran en los sitios Web, nosotros incluimos expresamente datos de todo tipo.

Tratamos de ser muy interactivos para alentar a los usuarios a elegir y a hacer preguntas. Pueden comunicarse con nosotros por correo electrónico desde casi todas las páginas y escoger un recorrido. Las informaciones están vinculadas entre sí por enlaces hipertexto, lo cual genera muchas posibilidades de navegación y secuencias de referencias cruzadas. En cuanto al derecho de autor, nos preocupan la apropiación ilícita de imágenes de los artistas y las deficiencias de las leyes aplicables a Internet. Nosotros no digitalizamos imágenes reproducidas en libros, sino que recabamos la autorización de los artistas y los propietarios de las obras de arte para fotografiarlas, digitalizarlas y reproducirlas en línea.

Tomando en cuenta que no todos los usuarios tienen la misma familiaridad con Internet, el MUVA ofrece dos secciones de ayuda. Hacemos lo posible para que los nuevos usuarios se sientan cómodos utilizando esta tecnología y evitamos desanimarlos. El equipo del MUVA también decidió facilitar el acceso al museo al público más amplio posible y un mes después de la inauguración del sitio, lo duplicamos en inglés. Efectivamente, los sitios multilingües llegan a un público mucho más vasto y pueden utilizarse para diferentes fines como, por ejemplo, la enseñanza de idiomas, además de la enseñanza del arte.

Si consideramos que es un museo virtual relativamente nuevo, de un pequeño país del hemisferio Sur, que pertenece a una cultura muy periférica, el MUVA ya ha logrado una notoriedad considerable. Lo visitan usuarios de 25 países diferentes cada día y de 70 países cada mes, tiene un promedio de 5.000 consultas diarias y desde que abrió sus puertas en la Red en 1997 ha recibido 38 distinciones internacionales de diversas instituciones latinoamericanas, europeas y norteamericanas. Ha sido seleccionado, reseñado, o recomendado por muchos de los mejores sitios Web dedicados a la cultura del mundo entero, y por revistas como *Art Nexus* y *Humboldt*. Recibió su mayor distinción en la conferencia de museología «Museums and the Web», que se celebró en Toronto en abril de 1998. El MUVA fue seleccionado por un jurado entre más de 155 museos en línea y su exposición virtual ganó el Premio «Best of the Web», lo cual constituye un testimonio gratificante del éxito de nuestra labor. ■

Nota

El espacio limitado no nos permite publicar la bibliografía detallada que la autora nos ha remitido, pero los lectores interesados pueden pedirla a *Museum internacional*. – Ed.

© UNESCO 2000

La informática al servicio de la cultura: el empleo de los medios digitales interactivos

James Devine y Ray Welland

El sitio Web del Hunterian Museum and Art Gallery de la Universidad de Glasgow debía responder a una serie de imperativos. Ante todo, tenía que poner las colecciones a disposición de las escuelas de las zonas más remotas de Escocia, como complemento de sus programas de estudio. Luego, debía destacar una colección sumamente diversa, que abarca de la arqueología a la zoología, con «excursiones» laterales, como los viajes del capitán Cook y la visita a la casa de Charles Rennie Mackintosh, arquitecto y diseñador de renombre mundial. La solución a todo ello ha consistido en utilizar varias técnicas interactivas, combinándolas de forma innovadora e imaginativa. James Devine es director de Educación y Recursos Digitales del Hunterian Museum and Art Gallery. Ha encabezado una amplia variedad de proyectos innovadores con multimedios sobre las colecciones del Hunterian Museum, entre ellos un sitio Web recompensado con una distinción y, junto con sus colegas del Departamento de Informática, ha elaborado nuevas aplicaciones para las tecnologías más avanzadas. Últimamente, ha dirigido expediciones sobre el terreno a Knosos, Creta, para crear, por encargo de la Escuela Británica de Arqueología de Atenas y el Ministerio de Cultura de Grecia, visitas virtuales del complejo del Palacio de Minos, aplicando el sistema Quick Time Virtual Reality (QTVR). Ray Welland es jefe del Departamento de Informática de la Universidad de Glasgow. Investiga fundamentalmente la ingeniería de programas informáticos y, más concretamente, su aplicación a la creación de importantes sitios Web en cooperación con múltiples autores.

El advenimiento de las tecnologías digitales interactivas ha brindado a las organizaciones que se ocupan del patrimonio cultural la oportunidad de presentar sus recursos culturales bajo nuevos aspectos cada vez más innovadores. En la Universidad de Glasgow, el Hunterian Museum and Art Gallery, en colaboración con el Departamento de Informática, ha asumido esta nueva y estimulante empresa y establecido una sólida cabeza de puente, adelantada en la aplicación de las técnicas más avanzadas de difusión informatizada de informaciones sobre el patrimonio cultural.

Gracias a la World Wide Web, los museos y las galerías de arte tienen una posibilidad única de exponer sus colecciones fondos a un público mundial. Además de poner a disposición de un público más amplio los objetos que se exponen en las galerías, permite mostrar los conservados en los almacenes. Así, por ejemplo, es posible fotografiar y exhibir objetos que son demasiado frágiles para figurar en una exposición permanente. También se puede grabar el material reunido para una exposición temporal, a fin de que los interesados puedan ver la exposición mucho después de que el material se haya dispersado y haya sido devuelto a sus propietarios. Podemos, en efecto, construir un «museo virtual» que amplíe la noción del museo material, al permitir el acceso a nuestras exposiciones desde los lugares más distantes del mundo y crear exposiciones especiales que no existen materialmente.

Esta capacidad para presentar información por medios electrónicos se puede emplear también para reunir objetos de museo con los sitios y monumentos de los que proceden y situar así, por medios digitales, los objetos en sus contextos arqueológicos. Bajo los auspicios del proyecto REVELATION de la Universidad de Glasgow, un importante proyecto subvencionado con 665.000 libras esterlinas por el SHEF (Scottish Higher Education Founding Council – Consejo de Financiación para la Educación Superior en Escocia), con miras a estudiar las posibilidades de transferir datos de alta resolución y alta fidelidad a través de redes, se organizó el primer equipo de expedición sobre el terreno del Hunterian Museum y el Departamento de Informática, que se desplazó a Knosos, Creta, en 1998, donde se procedió a fotografiar con cámaras digitales y a procesar con el sistema Quick Time Virtual Reality el yacimiento arqueológico íntegro y varias localidades vecinas, a fin de crear una visita virtual del Palacio del legendario rey Minos. En este artículo se examinarán las cuestiones académicas, pedagógicas y técnicas que plantea la realización de proyectos de digitalización de esta importancia y se analizará el valor de los recursos digitales resultantes para una amplia gama de usuarios finales con diversas expectativas y aspiraciones.

El Hunterian Museum and Art Gallery de la Universidad de Glasgow alberga importantes colecciones de arte, arqueología, etnografía, numismática, geología, zoología, anatomía e instrumentos científicos, que pueden consultar científicos de todo el mundo con fines de investigación, aunque también están a disposición del público en general y de grupos de escolares. El Hunterian Museum es el museo público más antiguo de Escocia, ya que abrió sus puertas en 1807. Esta institución ha tenido siempre por doctrina promover el acceso a sus colecciones y efectuar actividades de divulgación, principio que se ha reforzado constantemente con los años, pero que ha podido aplicarse de forma exponencial gracias a las posibilidades que ofrece la aparición de la Red mundial y la mejora constante en los últimos años de la calidad de captación, compresión y presentación de imágenes digitales.

Escocia se caracteriza porque la mayor densidad de población se sitúa en el cinturón central del país, siguiendo una línea que une las dos ciudades más importantes, Glasgow, al Oeste, y

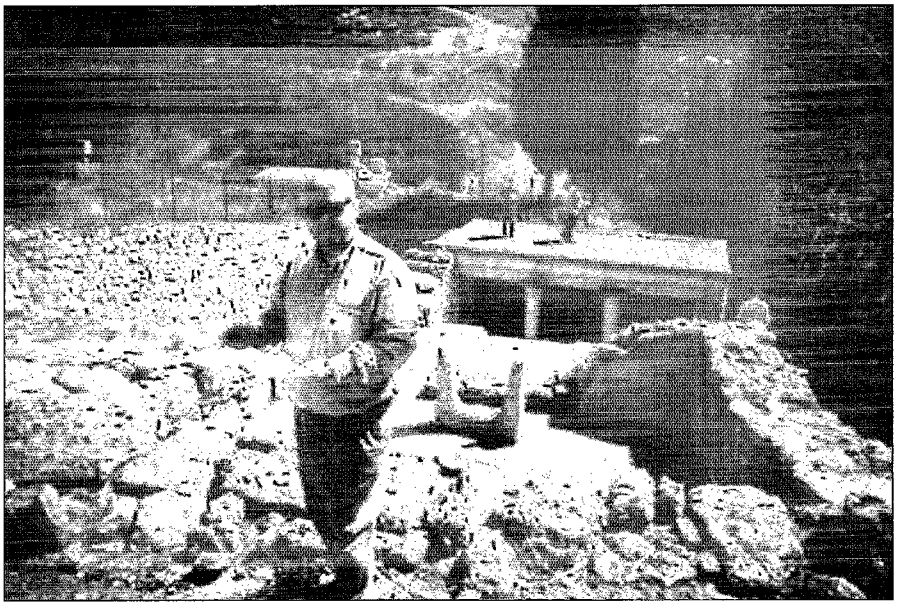


Foto: cortesía de los autores

Producción de la visita virtual en la tumba del templo de Knosos, con el autor James Devine en primer plano.

Edimburgo, al Este. Los habitantes de la costa occidental están muy desperdigados y las islas occidentales están alejadas del continente. Fue ante todo esta situación la que nos alentó a recurrir a las comunicaciones digitales para facilitar información a las escuelas de esas zonas distantes. Las escuelas situadas en el cinturón central podían aprovechar plenamente los recursos y actividades existentes en el museo; en cambio, era bastante lamentable que no pudiéramos hacer gran cosa por las escuelas que trataban de impartir el mismo programa en las islas de Barra o Lewis, o incluso en cualquier lugar fuera del cinturón central. La Red parecía ofrecer, por lo menos, una segunda alternativa razonable a una visita al museo, y para ponerla en práctica establecimos una colaboración con colegas del Departamento de Informática de la Universidad para, aunando sus conocimientos técnicos y los nuestros, elaborar recursos digitales basados en las colecciones del Hunterian Museum, destinados en primer lugar a los escolares y sus maestros.

La participación de los estudiantes

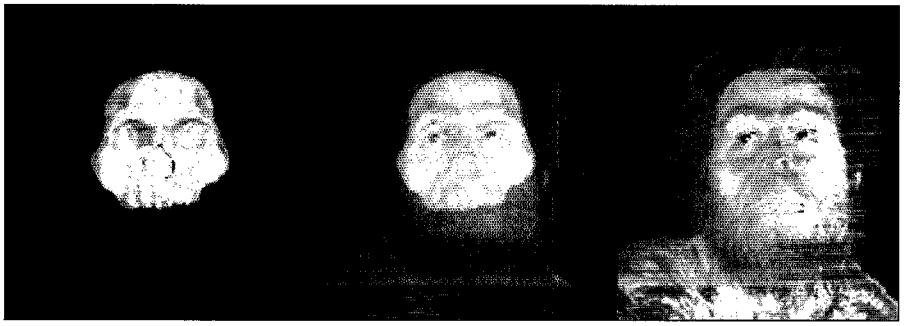
Desde hace varios años estamos construyendo un sitio Web para el Hunterian Museum and Art Gallery de la Universidad de Glasgow (http://hunterian.gla.ac.uk). Gran parte del trabajo ha estado a cargo de equipos de alumnos del Departamento de Informática, que han experimentado una amplia gama de técnicas de presentación multimedia. Para los estudiantes ha sido muy útil tratar con los usuarios en condiciones reales, ya que una disertación sobre las necesidades y los problemas de las relaciones con los usuarios nunca será lo mismo que la práctica concreta. Sin embargo, es necesario conciliar los resultados que esperan los usuarios y los objetivos académicos del proyecto. En cada caso se han planteado interesantes cuestiones técnicas al utilizar los programas informáticos existentes e importantes cuestiones de diseño, pero hubo que tener presente siempre el deseo del museo de registrar grandes cantidades de datos. Se optó por el compromiso de considerar el proyecto de los alumnos como un marco general para el producto final, que podría desarrollarse pagando a alguien para que acopiase los datos necesarios para cubrir todos los detalles, lo que en general se hizo remunerando a estudiantes de vacaciones para poder finalizar los proyectos.

Los proyectos iniciales consistían en crear los elementos básicos de un sitio Web: concebir un estilo general atrayente para el sitio del museo, establecer un marco coherente para su evolución en el futuro y evaluar los resultados a partir de las opiniones de los visitantes del museo, tanto en el lugar como a distancia. A partir de esta estructura básica, se han elaborado proyectos consistentes en secuencias de vídeo que animan parte de los materiales sobre armaduras romanas, utilizan «mapas de imágenes» para ilustrar los viajes de exploración del capitán Cook, incorporan sonido a las inscripciones latinas o, como se ha hecho últimamente, ayudan a los invidentes o personas con problemas de visión que visitan el museo.

La técnica QTVR (Quick Time Virtual Reality) nos permite ofrecer vistas panorámicas de la casa de Mackintosh y exponer pequeños objetos del museo en tres dimensiones. Esto nos lleva directamente al principal proyecto sobre el terreno, realizado en Knosos

© UNESCO 2000

Foto: cortesía de los autores



Fotomontaje de una película realizada con la técnica Quick Time Virtual Reality, parte del proyecto del museo sobre la evolución de los homínidos.

(http://www.bsa.gla.ac.uk), como actividad en colaboración entre el Hunterian Museum y el Departamento de Informática, la Escuela Británica de Atenas y el Servicio Arqueológico griego.

La manera más sencilla de presentar el museo es utilizar un hipertexto, que es lo mismo que un libro ilustrado con enlaces activos entre las páginas, pudiéndose comenzar por la página de entrada, seleccionar un tema (por ejemplo, los romanos en Escocia) y consultar una serie de páginas de texto combinado con ilustraciones sobre el tema escogido. Normalmente, los botones de navegación permiten al usuario pasar al tema siguiente, volver a la página inicial o saltar a otras páginas vinculadas; de esta manera, se puede explorar el sitio de forma estructurada o aleatoria, siguiendo los enlaces que parezcan interesantes.

Un sitio de la Red puede ser más interesante si se anima la presentación con secuencias de vídeo, fragmentos sonoros u objetos en rotación («móviles»). En nuestro sitio sobre el Hunterian Museum hemos integrado todas estas técnicas. Para ilustrar la construcción de las armaduras romanas, hemos incluido algunas secuencias de vídeo con personas vestidas con copias idénticas de las armaduras originales; de esta manera, se simula la experiencia directa que tienen los grupos de escolares frente al objeto cuando visitan el museo. En la mayoría de las escuelas ya no se enseña latín, y por lo tanto los niños no saben cómo se pronunciarán las inscripciones que figuran en los mojones romanos; hemos adjuntado, pues, a las inscripciones fragmentos sonoros que pueden escucharse pulsando un botón en la página. Muchos objetos son más interesantes si se reproducen en tres dimensiones. Como podemos presentar en primer lugar la imagen estática de un objeto y luego hacerlo rotar para verlo desde diferentes perspectivas, hemos aplicado este principio a las pesas de oro de Asante y estamos preparando actualmente la exposición de varios cráneos de homínidos en tres dimensiones.

Una aplicación interesante de la tecnología multimedia consiste en ofrecer formas más estructuradas de navegar por el interior del sitio, recomendando diferentes rutas en lugar de dejar simplemente que el usuario se desplace al azar. Nuestro primer intento consistió en ofrecer una visita guiada del museo, a fin de que el acceso al sitio siguiera el orden lógico en que están dispuestos los objetos. Se presenta a los usuarios un plano del museo, en que se muestra la posición de los objetos dentro de las salas y vitrinas. A continuación, los visitantes pueden trasladarse hacia el objeto siguiente, o saltar a otra sala, simplemente pulsando el botón correspondiente. De esta manera, las visitas al museo están estructuradas, pero sin que los usuarios pierdan la posibilidad de explorarlo a su antojo.

El Hunterian Museum dispone de una importante colección de objetos relacionados con los viajes del capitán Cook y deseábamos presentarlos de forma atractiva. Se expone al usuario un «mapa de imagen», en que se muestran las rutas de los tres viajes del capitán Cook y, si se pulsa sobre el mapa, se pueden visualizar imágenes de los distintos lugares y de los objetos encontrados en ellos. Un «mapa de imagen» es un mapa en el cual hay diversas zonas que, si se activan, funcionan como enlaces a otras páginas. Los principales problemas con los mapas del capitán Cook eran que debían ser lo suficientemente sencillos como para que se pudieran leer en una pantalla pequeña y crear zonas de selección que pudieran utilizarse efectivamente. Resulta bastante fácil seleccionar Australia pero, si el mapa es estrictamente a escala, es más difícil seleccionar Tahití.

Otro problema fue conseguir una presentación realista de la casa de Mackintosh. Se optó por una reproducción de varias salas de la vivienda de Charles Rennie

© UNESCO 2000

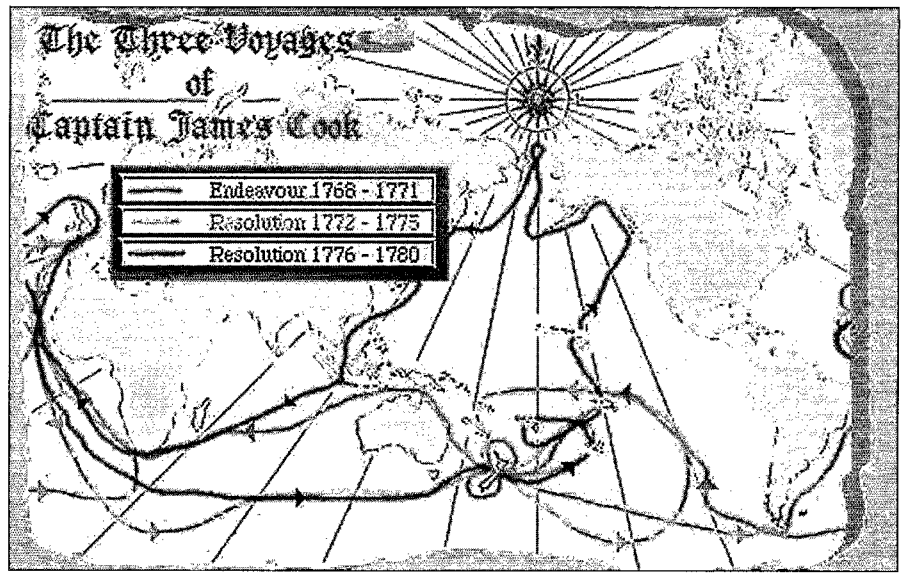


Foto: cortesía de los autores

Mapa interactivo que permite a los visitantes de la Red desplazarse en un «viaje virtual» con el capitán Cook, visualizando los objetos de la colección durante el periplo.

Mackintosh que incluyera el mobiliario original. Para exhibir estas imágenes en la Web utilizamos un conjunto de panoramas QTVR enlazados entre sí. Los usuarios pueden seleccionar una sala, «ponerse de pie» en el centro, y obtener una visión panorámica de 360 grados. En cualquier punto de este panorama es posible «aproximarse» para observar en detalle determinados objetos. Como los panoramas están enlazados, se puede «caminar» de una sala a otra de las salas adyacentes y simular una visita completa de la casa, a partir del vestíbulo de entrada y desplazándose en cualquier dirección.

A nuestro juicio, si se aprovecha la amplia gama de posibilidades de multimedia en la Web, se puede promover considerablemente el acceso a los abundantes materiales pedagógicos que hay en nuestros museos, incluidos muchos objetos que ni siquiera pueden contemplar sus visitantes. Nuestro sitio para el Hunterian Museum and Art Gallery demuestra alguna de las posibilidades de utilización de esa tecnología. Los proyectos de este tipo están supeditados en gran medida a la colaboración del personal del museo y del Departamento de Informática, que se han mostrado sumamente entusiastas y cooperativos. Cualquier proyecto con usuarios reales depende obviamente de su voluntad de participar; con todo, un problema adicional de este grupo de proyectos museológicos ha sido el gran valor de muchos de los objetos con los que trabajan los estudiantes, que con frecuencia son frágiles e irremplazables. El personal de los servicios de conservación y técnico del museo ha sido muy útil para superar una gran diversidad de problemas.

Por la propia índole dinámica del soporte, todos los sitios útiles de la Red se hallan constantemente en elaboración. Pensamos que existen enormes posibilidades de utilizar la informática al servicio de la cultura en este ámbito, y que el único límite es el de nuestra imaginación. Nuestra concepción, a principios del nuevo milenio, es la de un museo que ofrezca a los visitantes una experiencia plenamente interactiva y por inmersión de nuestro pasado cultural. Este pasado podría presentarse como un un país desconocido, pero las posibilidades de las tecnologías digitales en los contextos culturales nos acercan cada vez más a esa tierra incógnita. ¡Viajemos juntos! ■

Agradecimientos. Nuestro agradecimiento a los muchos alumnos de informática que han contribuido al establecimiento del sitio en la Red del Hunterian Museum y al personal del Museum and Art Gallery, el Departamento de Informática y los responsables del proyecto REVELATION, que hicieron aportaciones y pusieron a nuestra disposición sus servicios de producción, además de hacernos observaciones críticas y participar en la supervisión del proyecto. También agradecemos el apoyo financiero y el asesoramiento que hemos recibido constantemente para nuestros proyectos de la SCRAN (Scottish Cultural Resources Access Network – Red de Acceso a los Recursos Culturales de Escocia), un proyecto de la Comisión del Milenio. Por último, aunque no menos importante, agradecemos los valiosos comentarios y observaciones de Carl Hansen y sus colegas de la Office for Scientific Imaging and Photography (Oficina de Imaginería Científica y Fotografía) de la Smithsonian Institution, del National Museum of Natural History, Washington, D.C., que han estudiado gran parte de nuestros materiales.

© UNESCO 2000

Cibernética, modernismo y placer en www.moma.org

Greg Van Alstyne

El Museo de Arte Moderno de Nueva York (MoMa), uno de los más destacados de su clase en el mundo, recurrió, como es natural, a los principios del diseño modernista para crear su sitio Web con el fin de reflejar el «espíritu, o energía vital» de la institución. Greg Van Alstyne, director de diseño del museo, sección de nuevos medios, describe las ideas que subyacen bajo este enfoque conceptual tan poco común.

En el verano de 1940, Norbert Wiener, un brillante matemático del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT), concibió una máquina para resolver ecuaciones diferenciales parciales. Se trataba de una computadora. Wiener escribió un informe con objeto de convencer a su supervisor, el Dr. Vannevar Bush, de que esa máquina tenía que poseer propiedades completamente diferentes de las del diseño mecánico de Bush; el aparato central tendría que emplear interruptores electrónicos y numéricos, en lugar de materiales; y su matemática debería basarse en dígitos binarios; no debería haber ninguna intervención humana en el cálculo y la máquina debería disponer de un mecanismo que grabase, almacenase, leyese y borrase información. Este sorprendente argumento da una idea de la importancia de Norbert Wiener en la historia de la informática, pero la aportación más brillante de Wiener consistió en un corpus considerable de trabajos teóricos, que llegó a conformar una nueva ciencia. Junto con sus investigaciones sobre la automatización de los cañones antiaéreos y una amplia colaboración interdisciplinaria con distintos colegas en los campos de la ingeniería, biología, neurofisiología, antropología y psicología, Wiener dio origen a la ciencia de la «cibernética».

En un principio, la cibernética era la ciencia del control y la comunicación en sistemas orgánicos e inorgánicos complejos.[1] Desde entonces, se ha ampliado su definición y hoy en día puede utilizarse como un término genérico que engloba una variedad de disciplinas conexas, entre ellas la teoría general de los sistemas, la teoría de la información, la dinámica de sistemas, la teoría de las catástrofes y la teoría del caos. Wiener ideó la palabra «cibernética» a partir del vocablo griego para «timonel», el que controla un navío adaptando su comportamiento a las circunstancias. Se entiende que este estado de control está determinado por el flujo de información.

En este artículo nos ocuparemos de cibernética, modernismo y placer. Nuestro tema es la teoría y la práctica del sitio Web del Museo de Arte Moderno de Nueva York (www.moma.org), la lógica de su diseño, el flujo de actividad y su relación con el museo. Deseamos describir una metodología, fruto de una perspectiva teórica e histórica, que tiene como objetivo aprehender las características más sobresalientes de la institución, es decir, su espíritu, o si se prefiere, su energía vital. Esta metodología es un proceso evolutivo que dimana de las posibilidades intrínsecas del medio analizado.

Cuando iniciamos moma.org (estábamos a finales de 1995), se nos presentó un problema: cómo crear un sitio en la Red que encarnase y aplicase los valores del museo. Ese año, tres conservadores distintos habían lanzado con éxito «proyectos piloto» en la Red mundial, con motivo de sendas exposiciones. En aquella época existía un interés cada vez mayor por crear una presencia del museo en la Red.

Al estudiar los sitios de museos que ya existían en la Red, vimos con claridad que la tarea inicial consistía en construir un marco general que ejemplificase la dignidad y la perspectiva intelectual de la institución. Mas, ¿cómo hacerlo en un medio a la vez tan flexible y tan limitado? Teníamos que evitar la sensibilidad demasiado definida de los sitios comerciales, es decir, ese «mira y siente» que surge de las nociones preconcebidas de los ejecutivos de comercialización y sus diseñadores, pero, tampoco podíamos verter directamente material en bruto en las páginas html (HyperText Markup Language). Decidimos, pues, aplicar rigurosamente los principios del diseño modernista a nuestro sitio en la Red.

La función determina la forma

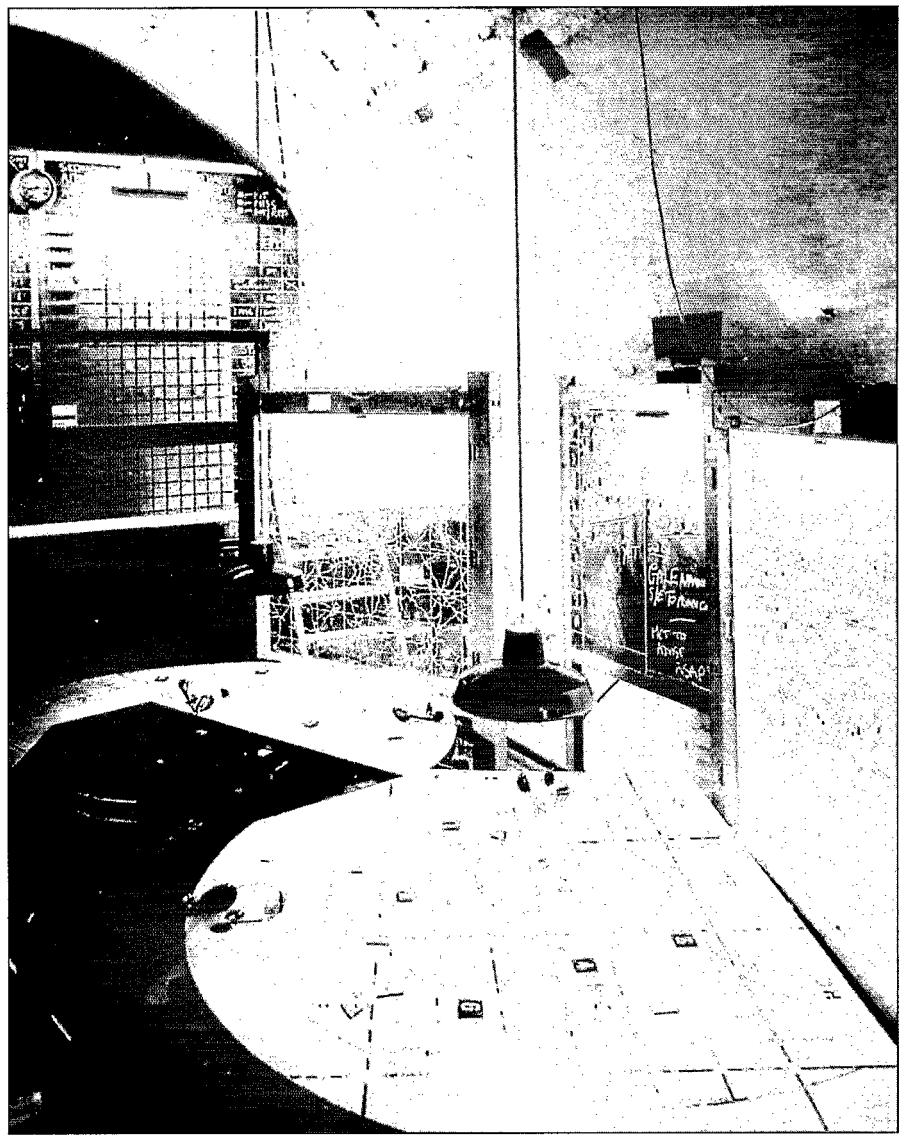
Hace más de cien años, el arquitecto Louis Sullivan pronunciaba la conocida frase «la función determina la forma». En la actualidad, las ventajas que ofrece el funcionalismo para el diseño de interfaces deberían ser obvias. Empleamos técnicas como la ergonomía, los estu-

dios del grado de utilización, los grupos de discusión, los análisis de conexión a los servidores y las evaluaciones formativas y aditivas. En el campo de la programación, existen más oportunidades y responsabilidades para aplicar esas técnicas que en cualquier otra disciplina. Así, hay múltiples posibilidades de diseño para cada problema, muchas maneras de obtener respuestas de los usuarios y el costo de la adaptación personalizada es relativamente bajo. Ahora bien, por muchos cuestionarios que les pidamos que llenen, los usuarios no pueden diseñar la interfaz. Se requieren unas pautas estrictas que establezcan los parámetros básicos. El funcionalismo es necesario, pero no basta.

En su libro más reciente,[2] Edward Tufte, el omnipresente adalid de la claridad y la perfección en el diseño de la información, explica el principio de la «diferencia efectiva más pequeña: hacer que todas las diferencias visuales sean lo más sutiles posible, pero claras y eficaces». El resultado de esta empresa no es sólo agradable estéticamente, sino eficiente. Tufte señala que «a menudo, la consecuencia positiva de una economía de medios es una armoniosa riqueza de información, ya que las pequeñas diferencias resaltan la diferencia». Corolario de lo anterior es, naturalmente, que «cuando se resalta todo [...] nada resalta; con frecuencia, el diseño resultará confuso, recargado y plano desde el punto de vista informativo».

Nuestro respeto por estos principios se debe en parte a su capacidad para crear un espacio para el pensamiento crítico y la reflexión. A medida que la Web amenaza con convertirse en un simulacro de televisión, sus propios límites se revelan como fuerzas saludables, ya que nos obligan a tomar decisiones. Tanto si desempeñamos literalmente funciones de encargados o de editores de nuestros sitios en la Red como si no, debemos trabajar constantemente como verdaderos encargados o editores, podando, seleccionando y recalcando la información de forma crítica. En moma.org, tratamos de crear cuidadosamente una terminología y de aplicarla de forma coherente en todo momento. En muchos sitios de museos se puede encontrar un vínculo denominado «Informaciones generales», pero es impreciso y depende en gran medida del contexto. En un folleto impreso sobre las características materiales de un museo, es probable que las informaciones generales sean los horarios de apertura, las condiciones de admisión y las reservas. Nuestro enlace se titula «Visitar el museo», una denominación más explícita. También hemos aplicado la lógica y la brevedad a los nombres de los directorios y archivos, gracias a lo cual se depende menos de la memoria o la traducción de lo que requieren las abreviaturas ambiguas.

Según el crítico de arte Clement Greenberg, la obra modernista buscaba darse validez exclusivamente por su pro-

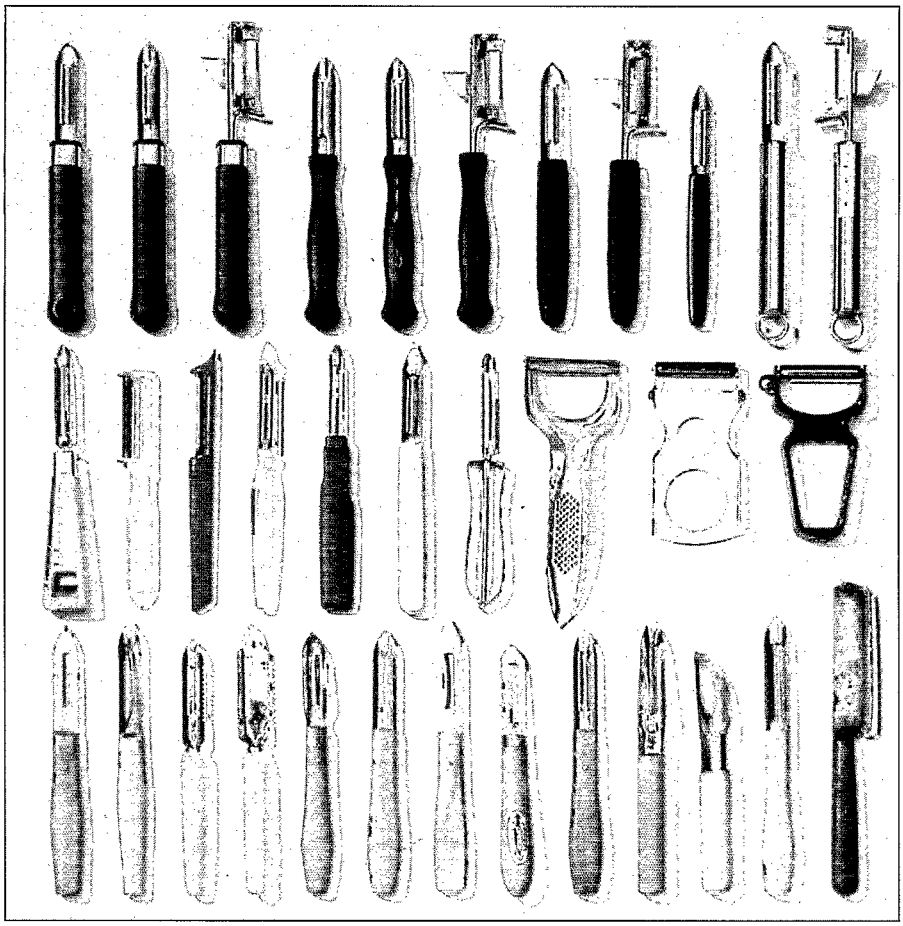


© English Heritage

La cuna de la cibernética práctica: Hellfire Corner, Sala de Operaciones de la artillería antiaérea, Wartime Tunnels, Castillo de Dover, Kent, Reino Unido, reproducido a partir de una postal.

© UNESCO 2000

Todos los derechos reservados



«Existen muchas soluciones de diseño posibles para cada problema...» Aquí, «34 peladores de patatas», Stahl, Holt, Kunststoff, 1930-1992. Firma Hill, Solingen. Solingen, colección privada. De 13 Dinge: Form Function Bedeutung, Württembergisches Landesmuseum Stuttgart, 1992.

pia naturaleza, ya que cada medio determina, mediante las operaciones que le son peculiares, los efectos particulares y exclusivos de él. En el caso de la pintura, se trataba de hacer valer la «falta de contraste» esencial del lienzo. Cundo en moma.org pretendimos «ajustarnos específicamente al medio», primero tuvimos que familiarizarnos con la cuarta dimensión y explorar las bases temporales del hipertexto. Optamos por evitar los efectos de ilusiones ópticas del tipo *trompe l'œil* y el *kitsch* de los sombreados que simulan cuerpos en tres dimensiones; en su lugar, preferimos generar un vocabulario de formas que expresan su funcionalidad por medio de una rotunda falta de contraste.

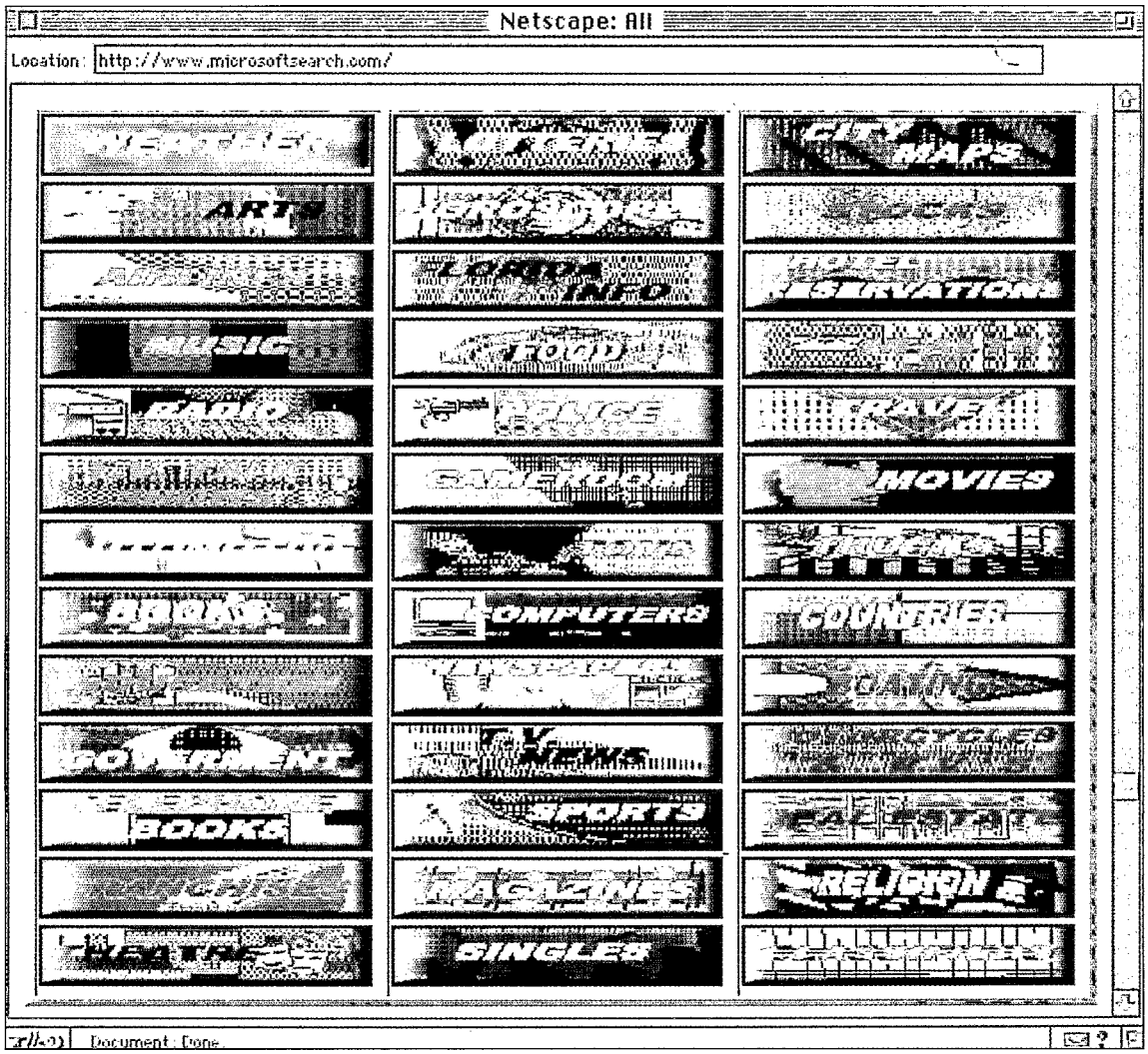
El Estilo Internacional imperante en la arquitectura y el diseño gráfico de 1930 a 1960, con su posición de objetividad, podría parecer una inspiración adecuadísima para el medio mundial de la Web. El Museo de Arte Moderno de Nueva York hizo una declaración de principios indeleble con la pureza de líneas y superficies de su fachada Estilo Internacional de 1939. Ahora bien, mostrar esa fachada en la Red convertiría al edificio en un fetiche, en el momento preciso en que es posible trascender sus limitaciones. En vez de ello, tratamos de encarnar la importancia y el significado del Estilo Internacional por medio de la tipografía y el diseño de la información.

Consideremos ahora el interior del museo. Las blancas y vacías paredes, los espacios abiertos y una arquitectura de la neutralidad crean una atmósfera de objetividad. En la tipografía, este afán de objetividad se plasma en diseñadores como Josef Müller-Brockmann y Massimo Vignelli que, como se sabe, se limitaron al uso de un puñado de tipos de caracteres, para no empañar su obra con el empleo de una voz «subjetiva». Este intento es importante, ya que, al rechazar las soluciones personales o excéntricas, el diseñador actúa como conducto de la información, dejando que aparezcan en primer plano las calidades expresivas del propio contenido. Se trata de una cuestión de sensibilidad y de control inteligente de la relación entre la figura y el fondo, esencial en la creación de sitios de museos en la Web, dada nuestra responsabilidad con respecto a las obras y a los visitantes. Aunque es obvio que no existe una objetividad absoluta, en moma.org hemos aplicado estas ideas como una estrategia y técnica retórica, con el propósito de demostrar en la práctica que siguen vigentes para presentar obras de arte.

Una diferencia que marca la diferencia

Como señalábamos anteriormente, la cibernética tiene que ver con la teoría de la información. Entre sus términos claves se encuentran los conceptos de «mensaje», «señal», «ruido», «entropía», «redundancia» y, sobre todo, «retroalimentación», principios que se aplican tanto a organismos como a mecanismos y a combinaciones sim-

© UNESCO 2000



Todos los derechos reservados

bióticas de ambos. La cibernética surge con el nacimiento de las primeras calculadoras ultrarrápidas y los inicios de la teoría de la información. Mientras trabajaba en los laboratorios de la compañía telefónica Bell en los años cuarenta, Claude Shannon desarrolló la teoría de la información al tratar de minimizar el «ruido» en las líneas telefónicas. Shannon definió la información como «aquello que reduce la incertidumbre». Según esta nueva teoría matemática y estadística, la unidad básica de la información es «una única decisión entre alternativas igualmente probables».[3] Las investigaciones de Shannon dieron lugar a la aplicación generalizada del código digital, con sus dígitos binarios, los denominados «bits».

Conforme a la teoría de la información de Shannon, Gregory Bateson definió la información como «una diferencia que marca la diferencia». Así pues, la información sólo existe en el tiempo. Aunque pueda estar almacenada en estado latente dentro de un objeto como un libro o un disco, en esencia no se trata de un estado del ser. La información es un verbo, es una actividad que tiene lugar dentro de una relación, dentro de un sistema cinético y dinámico. Las normas de comportamiento de estos sistemas constituyen el objeto de estudio de la cibernética.

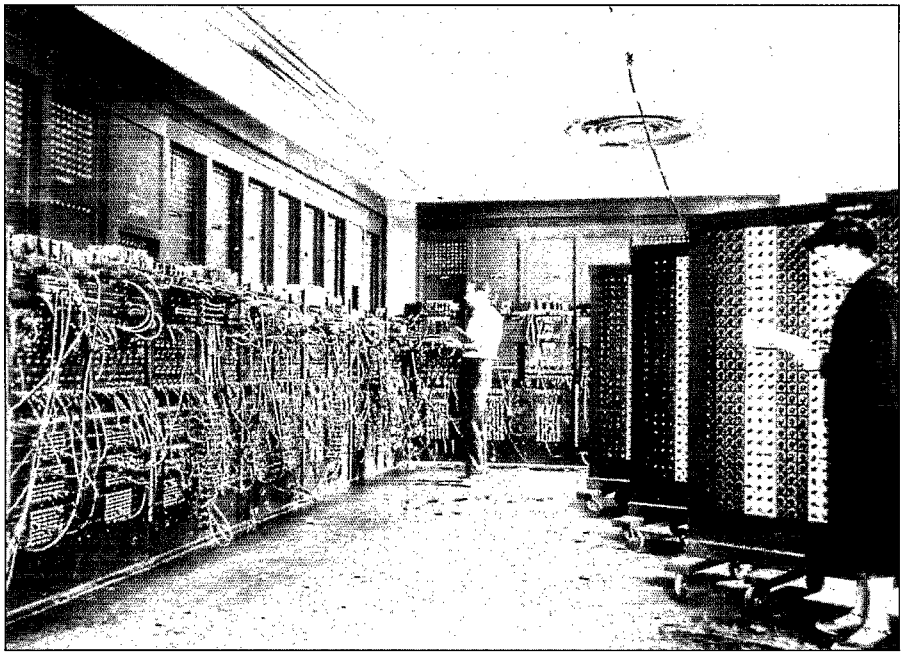
La homeostasis o equilibrio dinámico es un tema primordial de la cibernética, desarrollada desde los años cuarenta hasta los años setenta y centrada en la ingeniería y la biología. En la homoestasis se utiliza la retroalimentación negativa para contrarrestar la actividad del sistema, a fin de mantener la estabilidad interna. El ejemplo clásico es la utilización de un termostato para regular la calefacción de una casa.

La cibernética, que siempre ha sido una ciencia interdisciplinaria, no sólo se aplica a las pautas y señales que

«Cuando se resalta todo [...], nada resalta: con frecuencia, el diseño resultará confuso, recargado y plano desde el punto de vista informativo». Imagen procedente del sitio Web www.microsoftsearch.com

© UNESCO 2000

Foto: cortesía de la Smitsonian Institution



ENIAC (Electronic Numerical Integrator And Calculator– Integrador y calculador numérico electrónico*). 1946. Reproducido de Cara McCarty,* Information Art: Diagramming Microchips, *Museo de Arte Moderno, Nueva York.*

componen el sitio en la Web, sino también al sistema de comunicaciones sociales y profesionales que crean y mantienen el sitio como empresa. Éste es el territorio de la cibernética de segundo orden, que comenzó en los años setenta a partir de los avances de la biología, la neurología y la antropología. Su ámbito de estudio y aplicación es, por consiguiente, el cambio y la evolución, en vez de la estabilidad. Desde la perspectiva de la cibernética de segundo orden, el sitio en la Web de una institución, junto con todos los agentes que intervienen en su mantenimiento, constituye un sistema adaptable complejo, que, por tanto, podríamos considerar análogo a un organismo vivo. El concepto clave es la morfogénesis, o aparición de nuevas formas por medio de un proceso de retroalimentación positiva en el que se amplifican las fuerzas causantes de una desviación buscada.

Es precisamente esta vertiente de la cibernética la que se aplica más claramente a la nueva ciencia del caos. El físico y autoproclamado evangelista del caos Joseph Ford dijo que «la evolución es el caos con retroalimentación», lo cual parece una descripción fidedigna de Internet, por su arquitectura abierta, su flexibilidad, su mutabilidad y sus miles de aportaciones y niveles divergentes de bucles de retroalimentación.

La búsqueda del placer

Si los conceptos que hemos examinado hasta ahora parecen sobrecargados de seriedad y racionalidad, hemos llegado ya a la parte divertida, el placer. Antes hemos visto que, según la definición matemática de Shannon, la información era «aquello que reduce la incertidumbre». Si la traducimos a términos psicológicos, la información es lo que reduce la ansiedad. Cuando estoy informado, estoy tranquilo, sereno, seguro. Satisfacer la curiosidad es extremadamente placentero; plantear una pregunta y hallar su respuesta es también muy gratificante; resolver un problema consiguiendo la información necesaria puede ser una auténtica experiencia educativa y, más aún, proporciona un sentimiento de seguridad en uno mismo y de poder. La Web hace que todo ello esté al alcance de un número cada vez mayor de personas.

No hay que subestimar el papel de la libido en el disfrute de Internet. Su difusión se debe tanto a la satisfacción de los deseos de los clientes como al deseo de los capitalistas de obtener un buen rendimiento por sus inversiones. Así, a pesar de sus muchos defectos, hoy en día ya es evidente que el navegar en la Red es algo que la mayoría de nosotros deseamos una vez que lo hemos experimentado. Si lo deseamos, es porque ansiamos obtener esta capacidad de convocar para nosotros las cosas que pedimos. Y una vez que hemos encontrado la información que

© UNESCO 2000

buscamos con regularidad, la obediencia de la Web a nuestros deseos puede llegar a convertirse en un factor que desarrolle realmente un hábito en nuestro comportamiento.

Otro motivo de placer es el sentimiento de ocio y de libertad que la Red puede suscitar y que, por fugaz o ilusorio que sea, es muy poderoso. El propio vocablo «navegar» abunda en connotaciones de búsqueda intelectual sin apremios. Éste es con mucho el motivo más importante de la popularidad de la Red frente a los CD-ROM y otros recursos multimedia «cerrados». Los investigadores han constatado que incluso los motores de búsqueda más potentes y rápidos son incapaces de establecer un índice de toda la Red. Paradójicamente, la gran anchura de banda de los CD pone de relieve las posibilidades limitadas de su contenido, mientras que la lentitud de la Red realza su infinita capacidad.

En sus tres años de funcionamiento, moma.org ha empezado a sentar las bases de lo que el director del museo, Glenn Lowry, ha denominado «un museo paralelo». Hemos tratado de reforzar estas bases:

- siguiendo los principios del diseño de la información del movimiento modernista y de las propias enseñanzas del Museo de Arte Moderno;
- permitiendo que la energía del personal del Museo y de los visitantes insuflara fuerza al sitio, en tanto que sistema dinámico, cibernético, gracias a su entusiasmo por la colección, las exposiciones y los programas;
- esforzándonos por conseguir un equilibrio dinámico u homeostasis en la interfaz, con el fin de crear un sistema cuya estabilidad y coherencia permitan que se aprenda y utilice fácilmente;
- favoreciendo las condiciones necesarias para la aparición de nuevas formas o morfogénesis dentro del flujo de actividad, la estructura y el contenido del sitio, y dejando que crezca y evolucione, siguiendo las líneas del campo de energía de la institución.

Al aceptar la condición del cambio constante, hemos tratado de dirigir la dinámica del sistema, para que se produzca y florezca una autoorganización. Creemos que la creación y mantenimiento de un sitio Web tiene más de meteorología que de astronomía, e intentamos gozar del sol mientras luzca.[4] ■

Notas

1. Norbert Weiner, *Cybernetics, or Control and Communication in the Animal and the Machine*, 2ª ed., Cambridge, Massachusetts, MIT Press, 1948 y 1961.

2. Edward Tufte, *Visual Explanations*, Cheshire, Connecticut, Graphics Press, 1997.

3. Weiner, *op. cit.*, pág. 10.

4. Se presentó una primera versión de este artículo en la Conferencia sobre los Museos y la Web que tuvo lugar en Toronto, Canadá, del 22 al 25 de abril de 1998. Agradezco especialmente a Kathleen Oginski sus investigaciones sobre las imágenes intuitivas.

© UNESCO 2000

Un «gabinete de curiosidades» en Londres: el Museo de Sir John Soane

Mihail Moldoveanu

Mihail Moldoveanu, fotógrafo y escritor independiente, residente en París, describe un museo que constituye el reflejo intensamente personal de las ecléctica y variadas pasiones artísticas de un coleccionista.

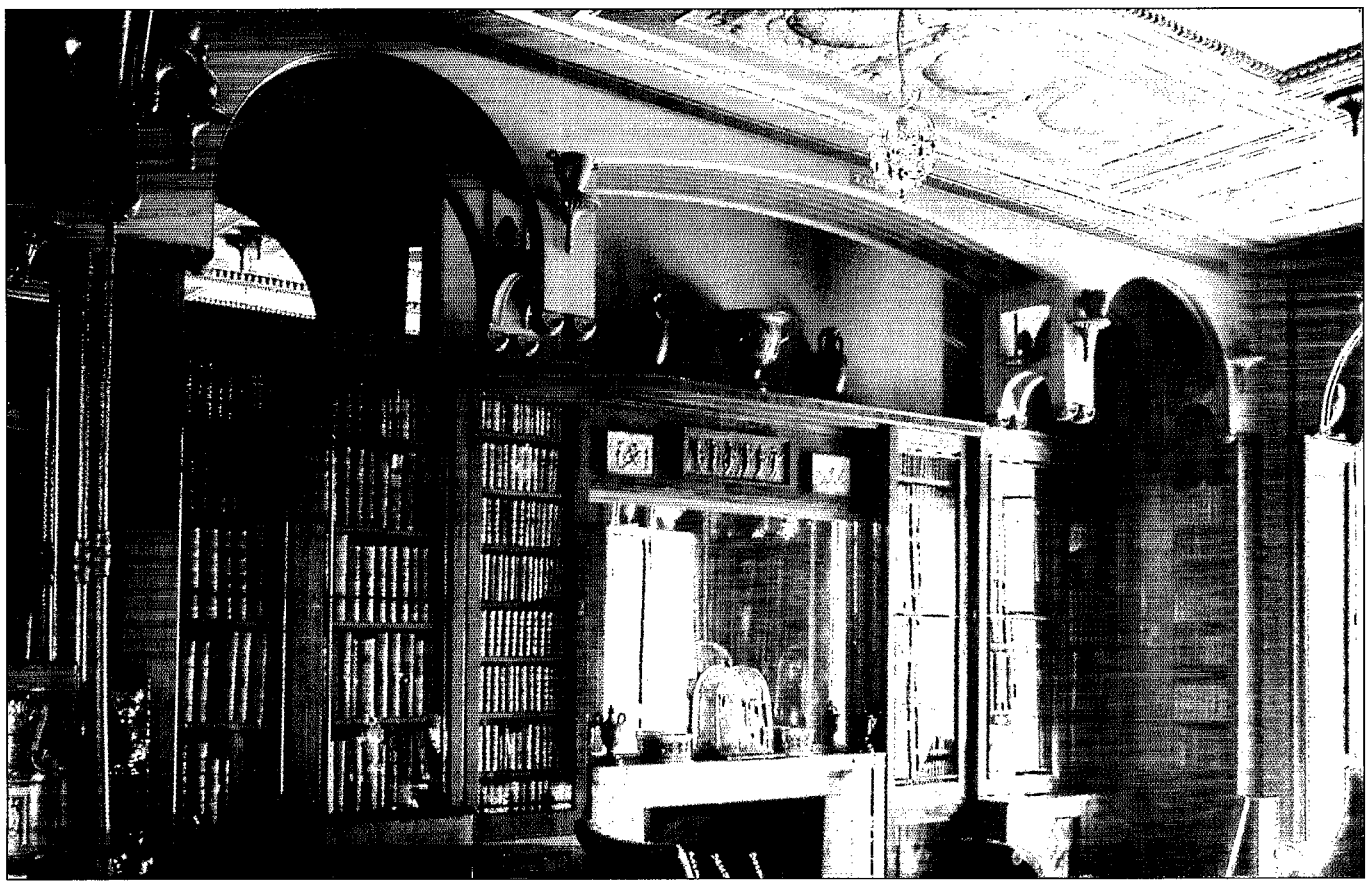
Los primeros museos que se fundaron en Europa durante los siglos XVI y XVII suscitan un interés cada vez mayor, ya que se trata de lugares donde los especialistas y el público en general pueden satisfacer sus ansias de conocimiento enciclopédico y el instinto del coleccionista, tan característicos del mundo contemporáneo.

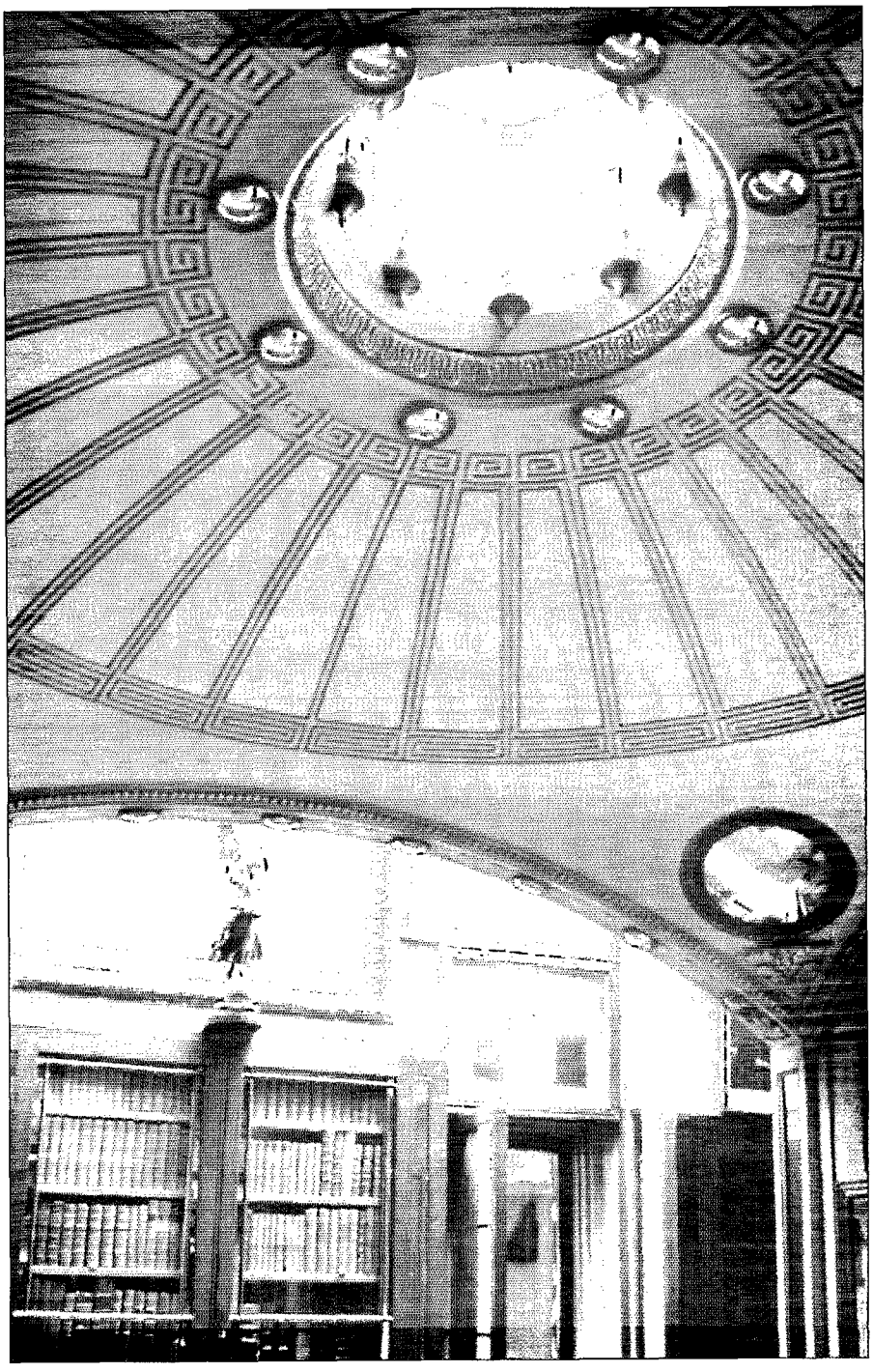
Estos museos privados, denominados «studiolos», *Kunstkammer, Wunderkammer*, gabinetes o colecciones de curiosidades, fueron los primeros en difundir conocimientos sobre el arte y la ciencia fuera de los escasos círculos académicos patrocinados por las cortes de reyes y príncipes. Las colecciones correspondían enteramente a los intereses de sus dueños y la primera impresión que da semejante variedad de piezas puede ser algo desconcertante y, valga la verdad, bastante sorprendente. A menudo, cantidades inusitadas de objetos, sin etiqueta alguna y ordenados meticulosamente (si bien de modo arbitrario) en función de su forma, tamaño o color, rivalizan entre sí para captar la atención del visitante y estimular su imaginación.

Las colecciones de curiosidades se remontan a los talleres de los artistas del Renacimiento, que se llenaron de muestras de «curiosidades» naturales, alentando así la reflexión científica. Digna heredera de este legado, la casa – museo del arquitecto Sir John Soane (1753-1837), creada en Londres a principios del siglo XIX, presenta un panorama de la arquitectura en un espacioso «gabinete de curiosidades» (*Wunderkammer*) sumamente original.

Aquí se destaca más la exuberancia de la decoración que la originalidad de las formas y los detalles.

© Mihail Moldoveanu





© Mihail Moldoveanu

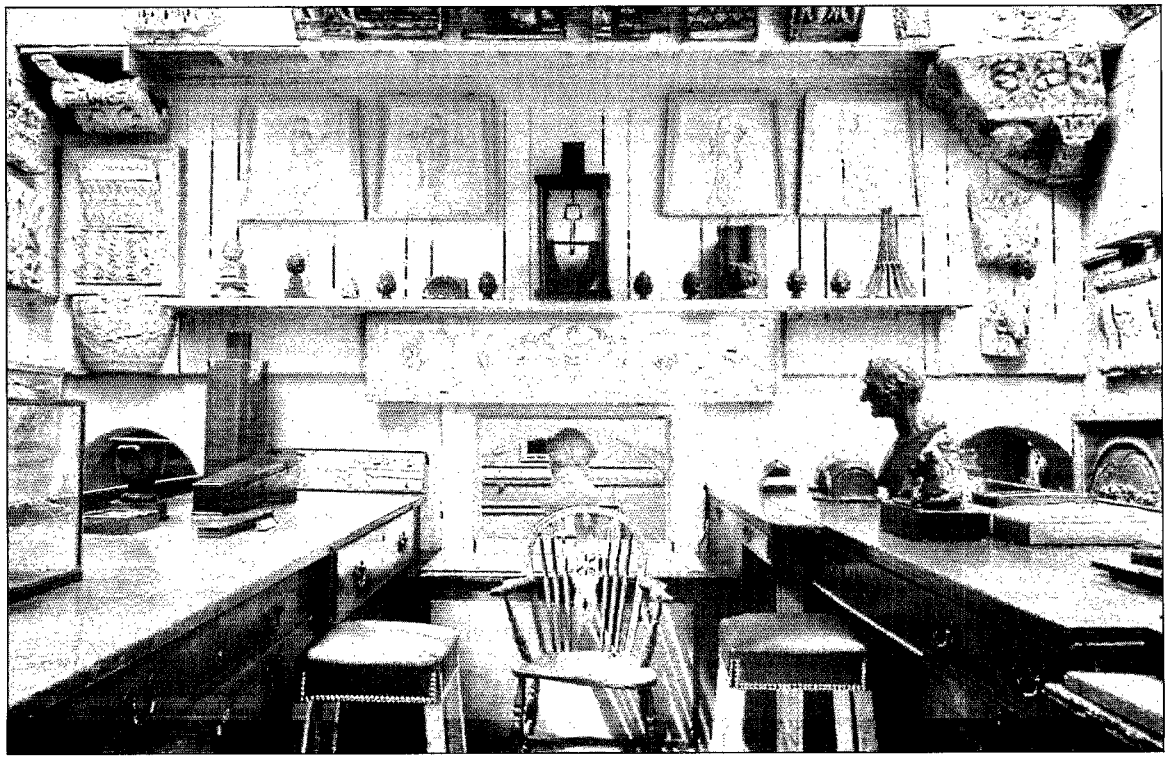
El comedor del desayuno del Museo de Sir John Soane.

Soane es una de las figuras más destacadas de la arquitectura inglesa y su obra principal fue el edificio del Banco de Inglaterra en la City de Londres, aunque donde mejor se observa el carácter innovador de su labor es en la Galería de Arte del Dulwich College, cerca de Londres, y sobre todo en su propia casa, también en la capital. Soane comenzó su museo en la vivienda situada en el n° 12 de Lincoln's Inn Fields, en el barrio de Holborn, que había comprado en 1808. Tras realizar reformas considerables en ella, en 1812 compró la casa de al lado, el n° 13, y la transformó para convertirla en el elemento esencial del museo. A fin de completar el recorrido, en 1814 también compró y reconstruyó la casa siguiente, el n° 14. Los tres edificios constituyen el museo, al que Soane consagró más de veinte años de vida, ideando el diseño general, determinando el contenido y ocupándose de los más mínimos detalles.

La arquitectura de Soane es característica del neoclasicismo inglés tardío, movimiento cuyo carácter original radica en una sutil simbiosis entre el vocabulario arquitectónico heredado del Renacimiento italiano y el empleo del espacio en grandes complejos paisajísticos. En el estilo arquitectónico de Soane influyó grandemente el movimiento *pittoresque*, cuyo rasgo esencial era el efecto de sorpresa que se produce cuando el ojo es atraído por planos sucesivos, en lugar de enfrentarse inmediatamente a una superficie claramente definida. La casa de Soane constituye el ejemplo perfecto de esta «poesía en la arquitectura». Resulta imposible dar una definición precisa de las salas principales, los pasillos y los patios. En la biblioteca, da la impresión de que el techo está separado de las paredes gracias a una serie de arquerías góticas y un friso de espejos. En el comedor del desayuno el techo consta de una bóveda aplanada con una lámpara en el centro, pero dos vidrieras paralelas situadas entre la bóveda y los muros permiten que la luz del día penetre lateralmente, de manera que paradójicamente las paredes están más iluminadas que el centro de la habitación. Cuatro pequeños espejos convexos circulares situados en las esquinas reequilibran parcialmente la distribución de la luz, además de abrir otras perspectivas.

No es posible disociar los rasgos arquitectónicos que se observan en todo el Museo de la extraordinaria colección que constituyó el punto de partida de esta increíble empresa. El gran número de pinturas, dibujos, esculturas, maquetas y fragmentos arqueológicos son testimonio de una pasión inextinguible. La voca-

© UNESCO 2000


© Mihail Moldoveanu

El gran número de pinturas, dibujos, esculturas, maquetas y fragmentos arqueológicos testimonian una pasión inextinguible.

ción de coleccionista de Soane se despertó durante su viaje a Roma, ciudad en la que permaneció hasta 1780 y donde conoció al anciano Piranesi, que le regaló cuatro grabados extraídos de su serie *Vedute di Roma*. A lo largo de toda su vida, Soane sintió añoranza de Italia y poco a poco, gracias a la fama y la fortuna, concibió la idea de crear en su casa su propio Panteón de arquitectura. No cabe duda de que las colecciones de curiosidades que había visto en Italia le influyeron a la hora de disponer las piezas, y de que la profusión de imágenes y formas debe haber estado en sintonía con su propia concepción del espacio.

El Museo de Sir John Soane contiene una enorme cantidad de objetos escogidos con gran eclecticismo, desde el sarcófago de alabastro del faraón Seti I y un fragmento de piedra de la fachada de la capilla de San Esteban destruida durante el incendio del Parlamento de Westminster, hasta moldes en escayola de elementos arquitectónicos griegos y romanos, estatuillas góticas de madera, cabezas antiguas de mármol, libros raros, salas dedicadas a algunos predecesores de Soane, principalmente George Dance, su mentor, retratos pintados por Joshua Reynolds y Thomas Lawrence, medallas y entalles, maquetas de madera o corcho reunidas en la sala de maquetas, etc.

La impresión de acumulación se ha mantenido hábilmente dentro de ciertos límites. En general, la disposición interior se asemeja a la de una gran residencia privada, pero los pasillos y patios están repletos de bajorrelieves, esculturas y otros objetos de todos los tamaños, con lo que se pretendía con ello facilitar el contacto del visitante con las piezas expuestas. Las proporciones esencialmente «domésticas» del interior permiten una mayor familiaridad con las obras y se destaca más la profusión de la decoración que la originalidad de las formas y los detalles, que tienden a asociarse a los espacios públicos.

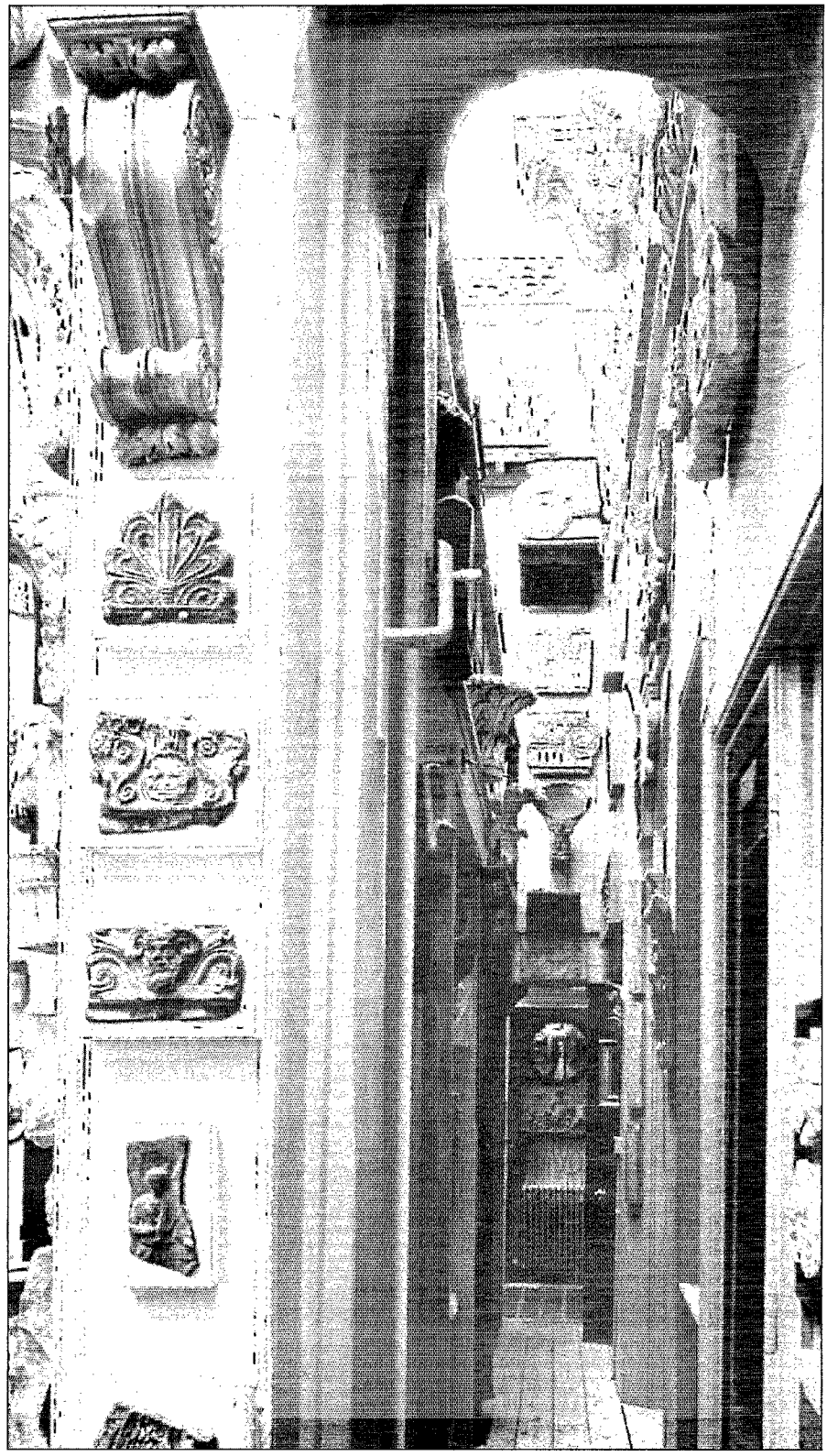
© UNESCO 2000

El enorme trabajo que supuso la creación del museo se oculta a veces con un toque humorístico. Por ejemplo, como en las paredes de la sala de dibujo, donde el arquitecto solía recibir a sus alumnos, no quedaba ni un milímetro sin cubrir, tuvo la idea de fijar en el techo una artística maqueta boca abajo, ofreciendo así una perspectiva totalmente nueva de la percepción del espacio.

Las propias obras de Soane están bien ilustradas en su Museo, a veces de manera sorprendente, como ocurre con la maqueta de la bóveda del Freemasons'Hall, que hace las veces de lámpara en el vestíbulo. El elemento más destacado de la serie de salas es el patio cubierto, es decir, la zona de la bóveda. Un busto de Soane la domina rodeado de estatuillas, jarrones y una amplia gama de relieves de todo tipo que cubren completamente las paredes.

En tres lados del salón de pintura se ha colocado un conjunto de «planchas colgantes» que comprenden dos series de paneles con bisagras en los que se exponen dibujos de Clériseau, cuadros de Hogarth y otras obras maestras.

La visita de la casa y la colección de Sir John Soane constituye una experiencia realmente estimulante que permite realizar un viaje conceptual desde las formas arquitectónicas probadas y experimentadas del pasado hasta nuevos ámbitos formales. A partir de 1810, Soane aceptó que su casa se abriera a los visitantes e hizo que en el billete de entrada se imprimiera la siguiente frase: «No se autorizará la entrada en caso de lluvia o de mal tiempo». Tal vez quería asegurarse de que la iluminación fuera buena, rememorando así la época que pasó en Italia.



© Mihail Moldoveanu

Los pasillos y patios están repletos de bajorrelieves, esculturas y otros objetos de diversos tamaños.

Soane, que temía por el futuro de sus colecciones y su casa, tuvo la satisfacción de que el Parlamento aprobase en 1833 una ley que garantizaba la persistencia y conservación de la casa y la colección, gracias a lo cual también nosotros podemos descubrir su magia. ■

© UNESCO 2000

Tesón y visión: el Museo Pambata de Manila

Cristina Lim-Yuson

El Museo Pambata de Filipinas, un museo para niños que realiza un impresionante programa de divulgación en el entorno urbano, es ante todo un modelo de conciencia y orgullo cívicos. La autora, uno de los fundadores del museo, ocupa actualmente el cargo de directora ejecutiva y responsable de la creación de proyectos. La Sra. Lim-Yuson es titular de un doctorado en educación de la primera infancia por la Universidad de Filipinas.

El Museo Pambata fue el sueño de tres personas muy dispares – un alcalde, una madre su hija –; cada una de ellas, sin embargo, con la idea clara de ofrecer a los niños lo mejor. El resultado fue un museo interactivo lleno de magia.

El Sr. Alfredo S. Lim, alcalde de Manila, acababa de regresar de la cumbre mundial de alcaldes organizada por el UNICEF en 1993, en la que los participantes habían evaluado y analizado la situación de los niños en los centros urbanos a su cargo. En esa reunión, el Sr. Lim había reafirmado su compromiso político encaminado a mejorar la vida de los niños. La madre, Estefania Aldaba-Lim, había sido ministra de Bienestar Social y Representante Especial de las Naciones Unidas para el Año Internacional del Niño en 1979 (con el cargo de Subsecretaria General). Esas funciones le confirieron la inmensa responsabilidad de sensibilizar al mundo con respecto a la inaceptable y miserable condición de los niños: pobreza, hambre, analfabetismo, muerte prematura y violaciones de sus derechos humanos. Yo era la hija, y mi profundo interés por la educación de la primera infancia me había conducido a establecer varias escuelas de enseñanza preparatoria y un instituto nacional de formación de docentes. Los tres sentimos la necesidad de crear un museo para niños que proporcionara a los niños filipinos la oportunidad de desarrollar sus capacidades y la curiosidad de aprender.

Como parte del programa de narración de cuentos en las comunidades urbanas pobres, un padre lee una historia a los niños.

Foto: cortesía de la autora



Todo comenzó con un edificio

El edificio del Elks Club formaba parte del plan de urbanización de Manila del arquitecto Daniel Burnham, en los primeros años de la colonización norteamericana, y fue diseñado por el arquitecto norteamericano William Parsons entre 1908 y 1910. En diciembre de 1994, por una decisión del Consejo Municipal de Manila, el edificio se cedió gratuitamente por un periodo de diez años, como mínimo, a la Fundación del Museo Pambata.

El plano del museo requirió la colaboración de varios arquitectos y proyectistas innovadores. El grupo de arquitectos, Joselito Tecson, un talentoso proyectista innovador, y un arquitecto de obras, Mario Nabor, colaboraron estrechamente en su concepción. Según el Sr. Augusto F. Villalon, experto en materia de patrimonio cultural, el edificio «es uno de los pocos ejemplos de recuperación arquitectónica que respeta plenamente la arquitectura de Parsons». Se mantuvo la fachada del edificio histórico pero se modificó completamente el interior.

Se derribaron las paredes de las habitaciones, se dejaron las vigas del techo a la vista y se cubrieron las galerías para aprovechar al máximo el espacio. Se crearon así siete áreas temáticas:

Manila Vieja. Allí se expone el variado patrimonio cultural y tecnológico de la ciudad, que comprende una réplica de un galeón español y una maqueta reducida de la histórica iglesia de Binondo. En una sección, las vitrinas contienen ejemplos de la influencia china en la cultura filipina y se presenta una típica casa antigua de piedra, en la que los niños pueden probarse los trajes de la época de sus

abuelos. Frente a las enormes fotografías de los héroes revolucionarios filipinos, los auriculares permiten escuchar la narración de sus vidas en inglés o en tagalo. También hay fotos de los jóvenes héroes, niños y niñas de 10 a 14 años que destacaron por su arrojo y valentía.

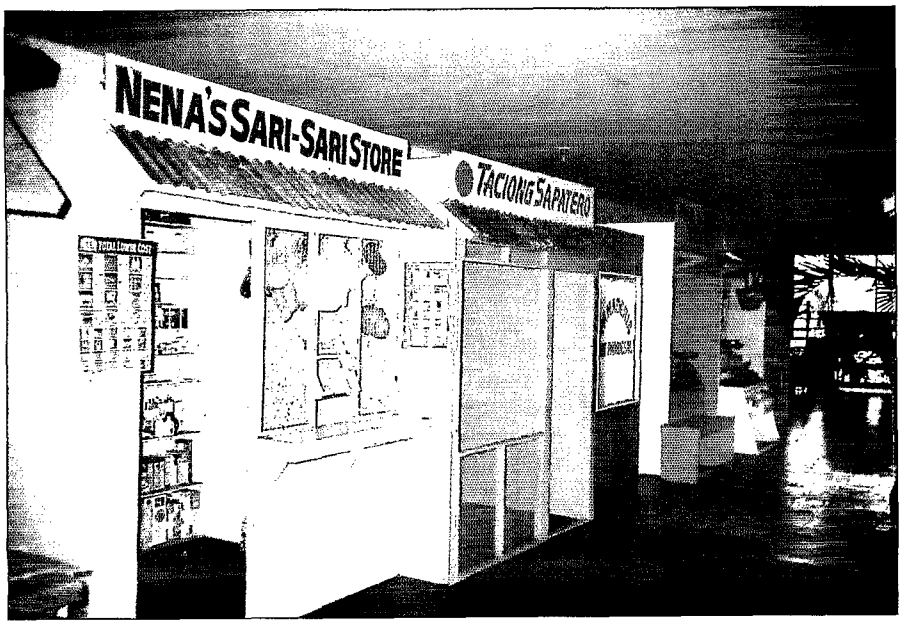
Medio ambiente. Esta área se centra en el importante problema de la rápida degradación del suelo provocada por la excesiva explotación. Se muestran frente a frente una selva tropical húmeda con una verdadera catarata y el antiguo bosque, árido y pelado, para destacar el contraste. En esta sección del museo a veces se cuentan historias o se representan obras relacionadas con el medio ambiente.

Niños en la aldea global. Esta área, muy visitada, se inspira en la Convención sobre los Derechos del Niño del UNICEF, y en ella el visitante se ve confrontado con el abandono y los malos tratos que sufren los niños en todo el mundo. Los organismos de las Naciones Unidas aprovechan este espacio para presentar acontecimientos mundiales como las campañas contra el empleo de mano de obra infantil, la presentación de libros, las representaciones de marionetas y talleres. La colección del museo contiene muñecas, trajes e instrumentos musicales indígenas donados por las embajadas y los coleccionistas privados. Con frecuencia, se organizan en esta sección actividades relacionadas con los niños.

Descubrimientos científicos. Esta área, ubicada en el primer piso, comprende una amplia variedad de temas y suele ser uno de los lugares más visitados del museo. Desde experimentos sencillos como utilizar un imán y hacer pompas de jabón hasta el de ajustar el motor de un jeep, las actividades propician la participación de los niños. La NASA ha prestado un fragmento de roca lunar de la colección de los astronautas Aldwin y Amstrong.

Diferentes profesiones. Esta área, al igual que la de la ciencia, alberga exposiciones temporales. En ese espacio puede verse a los jóvenes desplegar una gran actividad, jugando a ser carteros, bomberos, arquitectos, periodistas de televisión, editores o artistas entre bastidores. A lo largo del corredor de la galería se ha instalado una serie de minicomercios donde los niños actúan en «sociodramas». Entre ellos se encuentran la tienda de comestibles, el puesto de periódicos, el restau-

Foto: cortesía de la autora



Minicomercios de barrio instalados en el corredor de la galería.

© UNESCO 2000

rante de barrio, la zapatería, la farmacia, la panadería, la pescadería, la carnicería, la tienda de venta de arroz y la florería.

Centro de artesanía. Aquí, los niños pueden crear objetos con material de recuperación y se realizan talleres para los niños de la calle.

El cuerpo humano en acción. En esta sala, la exposición titulada «¿De dónde vengo?» es el elemento más importante de la sección consagrada a la salud, en la que también se tratan temas como el tabaquismo, las enfermedades venéreas, el sida, la salud dental, las discapacidades físicas y los procesos de aprendizaje de los niños muy pequeños.

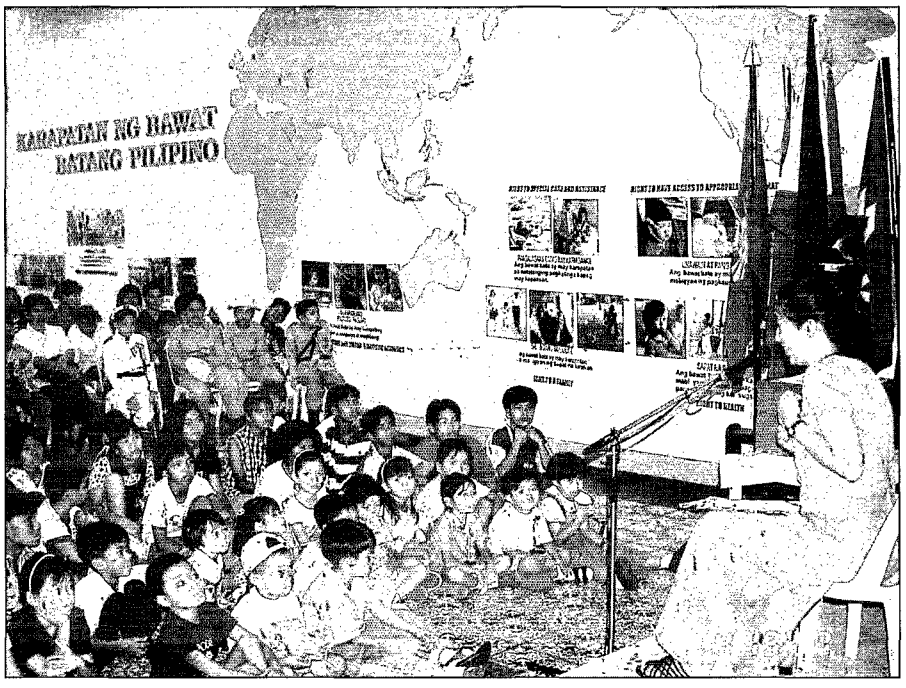
Actividades de divulgación

Después de cuatro años de existencia y con casi un millón de visitantes, el museo ha obtenido el reconocimiento del público por su amplia gama de actividades, y la empresa Lord Cultural and Museum Planners del Canadá, de renombre internacional, lo citaron como una institución que ofrece programas educativos excepcionales, por ejemplo, el de bibliotecas itinerantes para los niños de la calle en las zonas urbanas pobres, que les ofrece dos veces por semana una función con relato de cuentos. En unas 15 zonas se ha recurrido a los padres para narrar cuentos a los niños que venden flores o cigarrillos en la calle. Con estas actividades se consiguieron resultados como la creación de guarderías infantiles y una mayor sensibilización con respecto a los derechos del niño a la educación y el esparcimiento. Los propios jóvenes experimentan un cambio en su sistema de valores y se sienten motivados para leer. La narración de cuentos durará entre 6 y 12 meses; después, los libros del pequeño fondo inicial de 200 libros para niños vuelven a los centros.

Algunos niños de las escuelas públicas y de los centros de la calle son elegidos para participar en el programa Mentor dedicado al teatro, la danza, las artes visuales, las matemáticas, la ciencia y la música. En un curso de tres años financiado por una asociación privada no gubernamental, estos jóvenes talentosos reciben las enseñanzas de maestros capaces de poner de manifiesto, con paciencia, ese talento de los niños. En 1998, con motivo de la celebración del centenario de Filipinas, el grupo de teatro representó pequeñas obras inspiradas en la vida de los héroes. Bajo el ardiente sol del mediodía se representaron sainetes sobre las enfermedades venéreas y el sida, tanto en comunidades urbanas pobres como en grandes salas de conferencias internacionales. Los niños-actores, de 10 a 13 años, han aprendido así a amar el teatro y a sentirse más seguros de sí mismos.

En la sala dedicada a los derechos del niño, una descendiente de un héroe revolucionario filipino cuenta una anécdota sobre su famoso abuelo.

Foto: cortesía de la autora



© UNESCO 2000

En 1998, una colección de 12 libros para niños sobre «posibles profesiones», que era un primer intento de publicación, fue citada por el Círculo de Críticos Literarios de Manila como publicación innovadora que sabía presentar las ocupaciones de la vida real. Entre las profesiones seleccionadas se encuentran: cartero, periodista, arquitecto, bombero, maestro, científico, médico rural, empresario, oficial de policía, artista, campesino y cura. Dos tercios de los libros se venden por anticipado a patrocinadores que, a su vez, los distribuyen entre los niños pobres y necesitados de ayuda. Los libros restantes se venden en las librerías.

El museo cuenta también con una exposición itinerante que se presenta en los centros comerciales de todo el país. La primera, titulada «Me siento orgulloso de ser filipino», era un homenaje al centenario y a los héroes del pasado y el presente. En ella, el relato de la vida de los héroes aparecía en la pantalla de las computadoras y era posible probarse los trajes de antaño, practicar artes y oficios, y ver dioramas sobre la historia filipina. En un país asiático con tanta influencia de la cultura occidental, donde los niños remedan el estilo de Michael Jackson y frecuentan los centros comerciales, el museo Pambata ofrece un modelo alternativo, con la esperanza de atraer su atención y despertar en ellos el interés por aprender.

Para obtener la financiación destinada a todas estas iniciativas se necesitó perseverancia, el apoyo de la prensa y la incesante labor del personal administrativo. Al principio parecía imposible que se lograra convencer al menos a 20 «padrinos» para que, cada uno, entregara un millón de pesos (250.000 dólares estadounidenses) como donación especial y única. A medida que la idea del museo se fue haciendo realidad, el interés por él aumentó y actualmente cuenta con 25 *Ninongs* (padrinos) y *Ninangs* (madrinas), y gracias a las donaciones de éstos el museo Pambata es un proyecto financieramente viable. Esa dotación sirvió para que los niños pobres y necesitados pudieran participar gratuitamente en todas las actividades y programas.

El personal del museo Pambata no es numeroso y está compuesto por jóvenes con escasa experiencia museística, pero su dinamismo y sus ideales hacen que los niños vivan el aprendizaje como una experiencia emocionante y maravillosa. El Consejo de Administración sigue concibiendo nuevas ideas y recibe el apoyo total de la Primera Dama del país y de la ciudad de Manila. ■

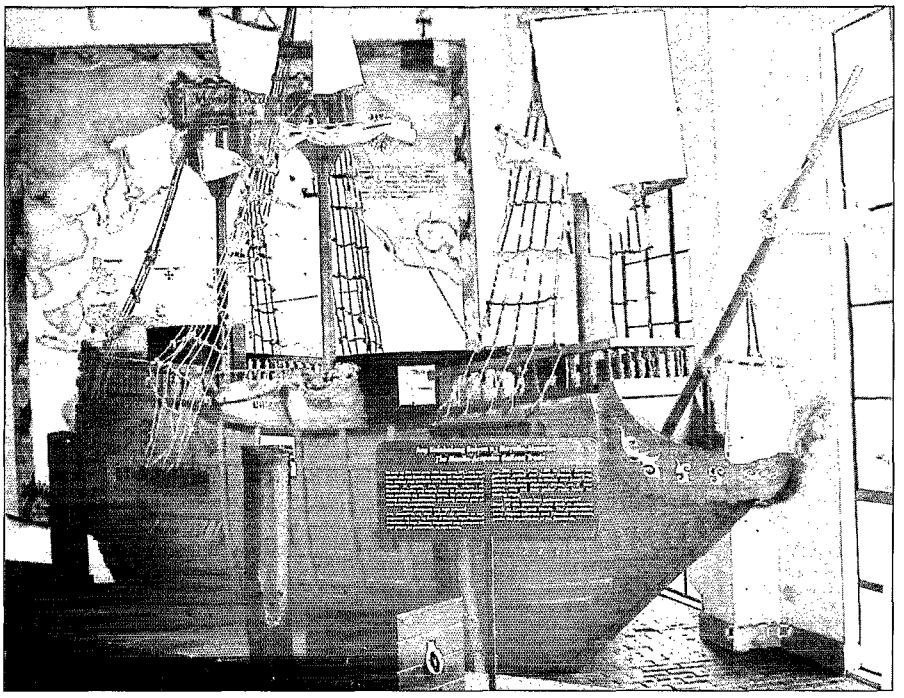


Foto: cortesía de la autora

En la exposición sobre Manila Vieja, se presenta la réplica de un galeón español.

© UNESCO 2000

Comprender la ciudad: el museo Abasto en Buenos Aires

Cinthia Rajschmir

Explicar cómo funciona una ciudad, revelar la actividad subyacente, a menudo invisible, ayudar a los niños a aprehender la complejidad del entorno urbano en el que viven, en esto consistió el reto que condujo a la creación de un insólito museo para niños en Buenos Aires. Cinthia Rajschmir, que formaba parte del equipo que fundó El Museo de los Niños: Abasto, participó en el desarrollo del tema central, del contenido pedagógico y los materiales básicos utilizados para el diseño del museo. La autora es graduada en ciencias pedagógicas y forma parte, desde 1993, del equipo editorial de la revista Novedades Educativas. *Actualmente se encarga de investigar la historia de los museos escolares argentinos, como parte de un proyecto realizado por la Universidad de Buenos Aires.*

En 1994, comenzó en la Argentina un proyecto que tenía como meta la creación de un espacio dedicado a los niños. Luego de un intenso trabajo de investigación y discusión se cristalizó la idea central que había guiado nuestros esfuerzos: desarrollar un museo urbano para los niños, un lugar que facilitara el acceso de los niños a diversos conocimientos emergentes de la cultura ciudadana, brindando un espacio en el que pudieran jugar, aprender y pensar.

El espacio en el que se realizaría el proyecto constituyó en sí un gran estímulo, pues se trataba de un viejo y típico mercado de frutas y verduras – denominado Mercado de Abasto –, que había funcionado en Buenos Aires desde principios de siglo y que se hallaba en desuso. En ese espacio cubierto, dotado de una arquitectura muy especial, inmigrantes de otros tiempos participaron en actividades propias de ese gran centro de abastecimiento de la ciudad, y en su entorno tuvo un desarrollo muy importante el tango, una de las manifestaciones culturales más reconocidas de la ciudad de Buenos Aires.

Uno de los problemas planteados a la hora de proponer un diseño, fue adecuarlo al tema y a los destinatarios elegidos, evitando el enfoque que sigue la mayoría de los museos tradicionales que mantienen una cierta estática que sitúa al visitante en la posición de un espectador pasivo. Los museos para los niños, los museos interactivos de ciencias y los centros de ciencia y tecnología, establecidos en diversos países – los cuales, en vez de exponer objetos que sólo pueden ser observados, invitan a los visitantes a participar – así como la amplia gama de actividades que ofrecen los servicios educativos de los museos en el mundo, aportaron un panorama diferente para crear una alternativa interesante.

La ciudad, los museos y los niños

La organización, estructura y funcionamiento de una ciudad son mecanismos complejos, difíciles de comprender para un niño. Además de objetos, existen redes, circuitos y servicios concebidos por el hombre, que deberán ser pensados y diseñados, en el futuro, por aquellos que ahora aún son niños. En palabras de Edgar Faure, presidente de la Comisión Internacional para el Desarrollo de la Educación, creada por la UNESCO en 1973, «la ciudad, sobre todo cuando sabe mantenerse a escala humana, contiene, con sus centros de producción, sus estructuras sociales y administrativas y sus redes culturales, un inmenso potencial educativo, no sólo por la intensidad de los intercambios de conocimientos que allí se realizan, sino por la escuela de civismo y de solidaridad que ella constituye».[1]

Francesco Tonucci, pedagogo italiano, dice que muchos niños crecen y habitan en ciudades que conocen sólo parcialmente. A este desconocimiento del espacio habitado se suma el desconocimiento del funcionamiento de los objetos y artefactos que los rodean y con los que interactúan cotidianamente.[2] Sobre la base de estas ideas, en el marco del diseño conceptual del museo urbano para los niños, hemos realizado una investigación cualitativa que tuvo por objeto indagar las representaciones y los intereses que tienen los niños de 3 a 12 años respecto de la ciudad y el museo. Para ello, se entrevistó a un total de 192 niños.

Las respuestas de los niños reflejan, en general, un conocimiento parcial de los temas urbanos y un interés considerable por los diferentes espacios urbanos que se les presentó, pero también por los temas vinculados a los aspectos tecnológico–sociales de la ciudad. Respecto del museo, casi todos los niños lo definieron como un lugar encargado del resguardo y cuidado

de objetos pertenecientes al pasado, donde se observan cosas que no se pueden tocar. Esto revela que sus imágenes corresponden con la concepción tradicional que subyace en muchos museos de la Argentina. Los niños más grandes, en cambio, consideraron que los museos no son espacios a los que se acude sólo para mirar, y algunos recordaron visitas en las que participaron activamente y en los que se puede aprender cosas.

Esto es lo que opinó un niño de siete años: «Un museo es un lugar donde hay muchas antigüedades, como los dinosaurios y también hay ballenas azules de esas épocas, cabezas que miden como veinte metros y hay dinosaurios embalsamados y habían encontrado un pedazo de piel de un gusano pero que estaba toda sin color por los años». Esta pequeña muestra marcó una tendencia: la temática urbana es significativa y el museo es una herramienta eficaz para abordarla.

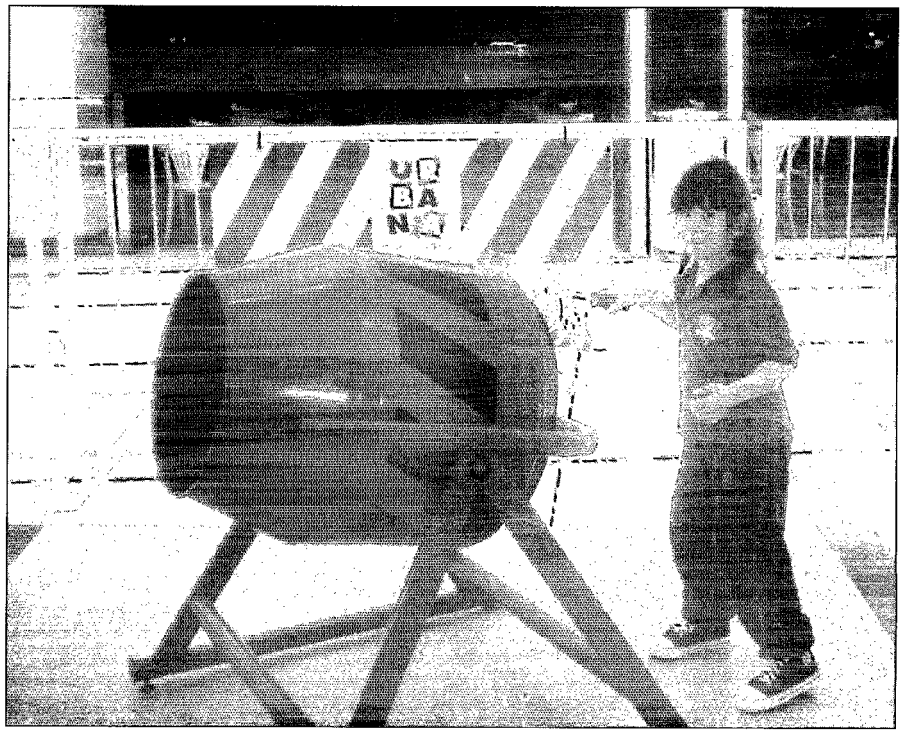


Foto: cortesía de la autora

Una niña manipula una hormigonera en uno de los módulos puestos a prueba en 1997.

Un proyecto, un sueño

El ICOM define al museo de la siguiente manera: «Un museo es una institución sin fines de lucro, un mecanismo cultural dinámico, evolutivo y permanente al servicio de la sociedad urbana y su desarrollo, abierto al público, que coordina, adquiere, conserva, investiga, da a conocer y presenta, con fines de estudio, educación, reconciliación de las comunidades y esparcimiento, el patrimonio material e inmaterial, mueble e inmueble de diversos grupos y su entorno.»

Partiendo de esta base, y de lo expresado anteriormente, en la ciudad de Buenos Aires, Argentina, se puso en marcha un proyecto denominado «Urbania: museo de los niños», que culminó en abril de 1999 con la inauguración del Museo de los Niños: Abasto. Su objetivo consiste en crear un lugar para los niños donde se investigue jugando y sea posible reconstruir el espacio del saber, el saber hacer y el ser, por encima del tener. El proyecto se propone crear un espacio alternativo de exposición, difusión y comunicación de todos los aspectos que constituyen la cultura urbana. Esta propuesta pone el énfasis en el conocimiento de la ciudad, con la intención de transmitir los mecanismos a través de los cuales funciona tecnológica y socialmente, y de ponerla a disposición de los ciudadanos para promover la toma de conciencia de la diversidad y complejidad de la actividad humana que la impulsa y la sostiene. En un esfuerzo por lograr una mejora en la calidad de vida, el proyecto apoya, complementa y acompaña la tarea educativa de la escuela y el grupo familiar en lo concerniente a la formación de una conciencia ciudadana.

Abasto es un una entidad privada sin fines de lucro, asociada a las más reconocidas organizaciones internacionales: ICOM (International Council of Museums),

© UNESCO 2000

Foto: cortesía de la autora



Los niños transportan ladrillos a la «obra en construcción», y los elevan por medio de una grúa.

AYM (Association of Youth Museums), ASTC (Association of Science-Technology Centers), ECSITE (European Collaborative for Science, Industry and Technology Exhibition). Entre los servicios que ofrece el museo se encuentran una sala de exposiciones permanentes con módulos interactivos, una sala de exposiciones temporales, un auditorio, una biblioteca infantil, un laboratorio urbano, un espacio dedicado a los niños más pequeños denominado «De 0 a 3» y un servicio educativo destinado al intercambio y asesoramiento de escuelas.

¿Cómo se concretarán sus objetivos? El museo, en principio, fue concebido como un vehículo para explorar la ciudad y se concentrará en torno a un espacio destinado a la muestra fija. Ideas fundamentales, formuladas hace mucho tiempo por los pedagogos John Dewey o Célestin Freinet, formaron la base del enfoque adoptado. Cuando se trató de pensar propuestas educativas que contemplen el proceso de construcción de los aprendizajes por parte de los niños, se tuvieron también en cuenta las investigaciones realizadas por psicólogos del aprendizaje, que plantean que el conocimiento se construye en interacción entre el sujeto y los objetos y entre el ser humano y sus congéneres. Muchos investigadores coinciden en privilegiar el juego como la herramienta fundamental para desarrollar la inteligencia, mientras que otros sostienen que el aprendizaje se produce cuando el niño tiene que resolver problemas que él considera significativos.

Teorías como la elaborada por el psicólogo ruso Lev Vigotski, expresan que el desarrollo del pensamiento se realiza a través de una actividad que se resuelve «en colaboración», en el inicio de la cual el mayor control de ella recae en un sujeto experto, que gradualmente lo va delegando en un novato. En otras palabras, la base teórica de nuestro proyecto se nutre de las principales teorías acerca del desarrollo del niño. Finalmente, se ha tenido en consideración una idea elaborada por el psicólogo norteamericano Howard Gardner, quien, en su Teoría de las Inteligencias Múltiples, sugiere la existencia de una pluralidad del intelecto y de múltiples maneras en que los seres humanos pueden manifestar su inteligencia. De ahí que la riqueza de un entorno cultural que permita a los niños desplegar sus potencialidades personales podría desempeñar un papel importante en sus vidas. Gardner insiste en que es de máxima importancia que reconozcamos y alimentemos toda la variedad y todas las combinaciones de inteligencia humanas.

A partir de estas líneas rectoras, se decidió que el sector dedicado a la muestra permanente estaría compuesto por módulos que reprodujeran, a escala de los niños, espacios en los que se desarrollan actividades de índole social y productiva. Los niños los recorrerían y tendrían la oportunidad de jugar en esos espacios, representando roles, manipulando objetos y cumpliendo funciones que habitualmente realizan los adultos. En los diferentes

© UNESCO 2000

módulos propuestos, tales como una obra en construcción, un supermercado, un banco, un estudio de televisión, redes de infraestructura urbana que atraviesan la ciudad, etc., los niños realizarían actividades tendentes a la comprensión, reflexión y resolución de situaciones problemáticas relacionadas con la estructuración física y social de la vida urbana contemporánea.

Si bien algunas de estas temáticas ya existen de modo parcial en otros museos de los niños en el mundo – Cité des Enfants de la Villette, en París, Francia; Eureka!, en Halifax, Reino Unido –, lo novedoso de esta propuesta es que todo el museo giraría alrededor de esta temática. Además de la exposición permanente, y en forma paralela, se desarrollarían, en los talleres, otras actividades que apuntasen a experimentar diferentes técnicas. Por otra parte, se incluiría un Servicio Educativo destinado al asesoramiento pedagógico de docentes e instituciones, a la producción de material didáctico y al diseño y supervisión de los lineamientos pedagógicos de las muestras en curso. Actualmente, se encuentra en marcha en la Argentina una importante reforma educativa, centrada, entre otros aspectos, en una renovación de contenidos. Debido a ello, se ha procurado que tanto la concepción pedagógica como la orientación del servicio educativo contemplen estos nuevos planteamientos. También se ha tenido en cuenta la creación de un club de niños, en el que se realizarán trabajos de investigación, producción, comunicación y acción sobre temas relacionados con los derechos del niño, la educación para la paz, el cuidado del medio ambiente y la conciencia cívica.

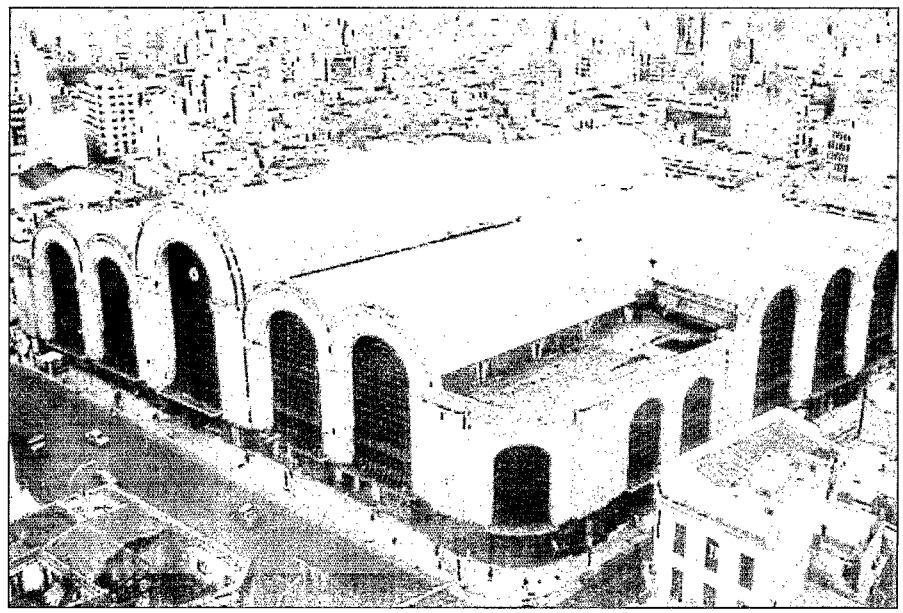


Foto: cortesía de la autora

Vista área del antiguo Mercado de Frutas y Verduras «Mercado de Abasto», que alberga actualmente el museo de los niños.

El proyecto, su fundamentación y sus líneas orientadoras, fueron producto de una investigación cuya intención era descubrir las características que debía cumplir un museo para los niños, inédito en la ciudad de Buenos Aires. Su concreción como el «Museo de los Niños: Abasto», ha hecho realidad un sueño. ■

Notas

1. Faure, Edgard *et al.*, *Aprender a ser, la educación del futuro*, Madrid, UNESCO/ Alianza Universidad, ref, 1973.

2. Tonucci, Francesco, *La ciudad de los niños, un modo nuevo de pensar la ciudad*, Buenos Aires, UNICEF Argentina/ Losada, 1996 (Colección Biblioteca Pedagógica).

© UNESCO 2000

Libros

Essays on museums and their theory: Towards a Cybernetic Museum, por Tomislav Sola. (Helsinki, Finnish Museums Association, 1997), 294 págs. ISBN 9519426183, ISSN 12399841).

Tomislav Sola es profesor de museología de la Universidad de Zagreb (Facultad de Filosofía). Su libro reúne conferencias dictadas a estudiantes o profesionales de museos en diferentes países del mundo, en función de las demandas y situaciones locales, así como textos recientes que constituyen la mitad de la obra. Las ideas que expone provienen de una visión global del patrimonio y, por consiguiente, son aplicables a todos los organismos que se ocupan de él (museos, bibliotecas, archivos, parques naturales etc.). Todos los textos sostienen la necesidad de que tales organismos evolucionen al ritmo de los cambios y que los responsables posean, simultáneamente, una actitud de apertura y capacidad de adaptación. Fundamentalmente, el libro de T. Sola destaca su preocupación por los problemas actuales de la civilización – como en el caso de la mundialización – y enfatiza la responsabilidad de esas instituciones en las tareas del desarrollo.

Entre las preguntas iniciales del libro se destacan especialmente tres: ¿necesitamos realmente museos?, ¿a qué se debe el enorme aumento del número de museos que observamos actualmente?, ¿cómo pueden contribuir los museos al desarrollo?

A la primera pregunta, el autor responde afirmativamente y sin titubear: los museos son indispensables para la supervivencia de las identidades y para la conservación de la memoria colectiva. La segunda pregunta hace que nos percatemos que, muy a menudo, cuando una identidad está en peligro, surge un museo. La tercera pregunta sirve como punto de partida para criticar las instituciones tradicionales inadaptadas a la era de la mundialización, considerando que son incapaces de autocrítica; son estáticas, por el hecho mismo de acopiar los conocimientos y acumular el arte y las técnicas (incluso las modernas); y tienen la conciencia limpia porque actúan con objetividad y se centran más en los objetos que en las personas a las que deben servir. «El museo tradicional se basa en métodos «objetivos» de experimentación, descripción, observación y verificación. Prefiere crear el conocimiento como categoría científica antes que la conciencia que puede acarrear conocimiento, pero que entraña obligaciones éticas». Ante situaciones en las que intervienen el azar, la contingencia, los conflictos, la ética y la responsabilidad de ser conscientes, esos museos son inoperantes.

Los bancos de datos y los centros de investigación forman parte de los recursos esenciales del museo a juicio de T. Sola, pero el objetivo del museo no es estar al servicio de la ciencia, que es más bien su base, sino del usuario. El museo no es un «generador de cultura» (ICOM, 1992), como mucho ayuda a conservarla. Este tipo de organismo responde a una visión humanista del patrimonio y de su aprovechamiento, que determina su carácter y sus funciones: mecanismo de desarrollo (servicio público), el museo no existe únicamente para ayudarnos a mantener nuestra identidad, sino también para ser un instrumento de

visión crítica que permita revalorar constantemente el ayer, pues es una fuente posible de «sabiduría» con miras al futuro, y eso es lo que justifica mantener las huellas y memorias del pasado y realzar su valor.

Esta visión humanista exige el dinamismo de esos instrumentos y niega su institucionalización o su conversión en modelos, pues «la institución como forma, equivale a la muerte de la creatividad directa y al cese de los procesos espontáneos, [y] en el instante en que ellos [los museos] se convierten en modelos, ya sea por su arquitectura o por sus procedimientos de trabajo, traicionan su verdadera naturaleza». Estos distintos parámetros adquieren toda su significación en el caso de los museos integrados en la vida de una comunidad.

El autor constata que todo ello entraña evidentemente una ética concreta y, por lo tanto, otra concepción de la profesión museística: oponerse a la institucionalización es, entre otras cosas, negar la hiperespecialización. La organización y la visión del patrimonio requieren hoy día «expertos universales». Los miembros de esta nueva especie – «intelectuales capaces de sintetizar e integrar un saber variado en un conjunto coherente, de identificar la experiencia histórica aprovechable y de responder a la pregunta permanente de dónde nos encontramos» – trabajan en tiempo real con personales reales. Su «pensamiento creativo» en las instituciones cuyo objeto es explorar nuestra historia y nuestro entorno, comporta precisamente una relación nueva con el espacio y con el tiempo; la comprensión profunda de la esencia y del valor del patrimonio, en un concepto filosófico amplio, y del mundo que nos rodea y del museo como «intermediario, transmisor, selector y amplificador, medio de transmisión e instrumento simultáneamente». En este sentido, los museos comunitarios y los ecomuseos han mostrado cómo podrían asumir la responsabilidad que les atañe en el desarrollo de la sociedad.

Asimismo es menester reconsiderar el papel que desempeña el museo de arte, cuyo éxito no consiste en reunir la colección más grande y completa posible, sino en intentar establecer una relación dinámica entre las artes, los artistas y el público, como un retorno al «Paraíso perdido [...] en el que el arte era un estilo de vida».

¿Qué teoría se puede elaborar a partir de esta óptica y de esta forma de acción en torno al patrimonio? Desde 1982, el Comité internacional de museología del ICOM (ICOFOM) ha asumido la misión de construir una disciplina científica en museología y elabora actualmente un vocabulario propio. Para el autor, mientras que la museografía engloba la historia de los museos y todas las técnicas que su organización y funcionamiento requieren, la museología es «una disciplina científica relativa a la misión de los museos, la actitud global hacia los hechos naturales, la civilización y la cultura». ¿Cómo circunscribir, en tal caso, la museología a los museos, si su carácter esencial es forzosamente la multidisciplinariedad? Tomislav Sola responde proponiendo el término de «heritología», es decir, una «filosofía cibernética del patrimonio».

© UNESCO 2000

Hoy día, la difusión de museos especializados (por ejemplo, los museos técnicos, de historia natural o los museos conmemorativos) sitúa al objeto en una nueva perspectiva en cuyo marco puede perder su carácter de unicidad y de originalidad. Por otra parte, en el planteamiento globalizante del patrimonio, se tropieza a menudo con la tendencia a basar un programa museístico no en objetos, sino en ideas que se quieren expresar, pues, para Sola, lo que se trata de lograr es realmente suscitar una toma de conciencia. ¿Cómo vincular, pues, en la interpretación y la comunicación del patrimonio, colecciones materiales y finalidades de carácter metafísico? Al igual que en las ciencias y las artes, la respuesta estriba en la creatividad. Remitiéndose a la definición que Nietzsche da del arte, «la aceptación más completa de la vida y la manifestación más elevada del hombre», el autor ve en el funcionamiento y en el mensaje del museo algo que se asemeja al arte.

El autor denomina «mnemosofía» (memoria + sabiduría) a la doctrina en que se funda esta actitud, que, en una primera fase, induce el «museo total», que abarca «la totalidad de la experiencia humana» y que, en una segunda fase, llevaría incluso a poner en entredicho la necesidad de que existan instituciones u orientaciones. El ideal, o la utopía, de los museos, que de hecho traducen nuestra ansia de perdurar, consistiría en «la muerte de los museos y de las instituciones similares, en el mejor de los casos gracias a su cumplimiento».

Toda la reflexión de Tomislav Sola, que podría parecer idealista a quienes se afanan prioritariamente en ser «conservadores» del patrimonio, está en realidad profundamente inscrita en la dura realidad de nuestro mundo actual: nuestras pérdidas de memoria, nuestras locuras homicidas y las destrucciones concomitantes, nuestro conocimiento fragmentario del pasado, etc. Es el fundamento de un empeño moderno, pertinente y – de hecho – generoso para hacer de nuestro patrimonio un instrumento de desarrollo y sabiduría humanos.

Libro reseñado por Mathilde Bellaigue, antigua responsable de evaluación científica del Laboratorio de Investigación de los Museos de Francia y editora jefe de la publicación periódica Techne.

© UNESCO 2000

Foro

Museum internacional *continúa presentando su foro en torno a las ideas actuales sobre cuestiones museísticas importantes, en un formato ligeramente modificado. Los lectores están invitados a responder a las preguntas planteadas al final del artículo con el fin de poder publicar sus puntos de vista acerca de las cuestiones más significativas – y quizá también más controvertidas – de la actualidad. Kenneth Hudson, Director del Foro Museístico Europeo (European Museum Forum), que otorga el Premio Museo Europeo del Año (European Museum of the Year Award), y autor de 53 libros sobre museos, historia social e industrial y sociolingüística, incluyendo el bien conocido* Museums of Influence *(Museos de influencia), continuará actuando como nuestro* agent provocateur. *Planteará cuestiones importantes, tal como él las percibe, suscitando así discusiones y comentarios que, según esperamos, constituirán una copiosa fuente de ideas nuevas para la comunidad internacional de museos. ¡Participe en el debate!*

¿Deben seguir centrándose los museos en la comunicación a través de objetos?

Los museos han sido tradicionalmente lugares en donde se atesoran objetos y sus funciones habituales han consistido en coleccionar, conservar y exponer, tres actividades muy laboriosas y que, si se llevan a cabo con el nivel de exigencia apropiado, cuestan mucho dinero. La pregunta clave es, por lo tanto, la siguiente: si la carencia crónica de dinero impide mantener ese nivel de exigencia, ¿debe un museo fijarse otros objetivos, más acordes con las características sociales y financieras del mundo actual? ¿O bien debemos estar dispuestos a aceptar un nivel de calidad menor, convencidos de que los museos que no se centran en los objetos no son realmente museos?

Es lo que hacemos ya tácitamente en otros campos. En el de la enseñanza, por ejemplo, muy pocos podrán afirmar honestamente que hacinar una treintena de chicos y chicas en un aula es una manera eficaz de tratar de educarlos. Tenemos que aceptar que se hace así porque no podemos hacerlo mejor. Reorganizar la enseñanza y el aprendizaje en un sistema de tutela de pequeños grupos sería imposible en las circunstancias actuales. No se dispone del dinero para ello. De igual manera, ponemos a la mayoría de los pacientes de los hospitales en salas comunes, que pueden llegar a tener hasta diez o doce camas, porque es mucho más barato, no porque sea más eficiente desde el punto de vista médico ni porque los pacientes lo prefieran. La alternativa, que ya es la norma en las clínicas y hospitales privados, es un cuarto para cada paciente, pero está fuera del alcance económico del sistema público de atención hospitalaria.

En casi todos los campos, reina una gran confusión entre lo que es y lo que debería ser, y una renuencia general a empezar sobre bases totalmente nuevas. Supongamos, por ejemplo, que

careciésemos de universidades y que tuviésemos que crear servicios de enseñanza superior partiendo de cero. ¿Se parecería en algo el sistema que idearíamos al que tenemos actualmente?

La verdad es, desde luego, que pocas personas están dispuestas ni siquiera a pensar en cambios radicales en cualquier campo de la actividad humana, incluso cuando aquello que siempre hemos conocido haya dado pruebas abundantes de su irremediable ineficacia. Consideremos el tipo tradicional de museo bajo este enfoque. Primero, debemos ponernos de acuerdo en su objetivo básico. ¿Consiste en adquirir y conservar objetos por ellos mismos, como un deber patriótico y una virtud social? ¿O bien en utilizar los objetos de nuestras colecciones como manera singular de entender algunos aspectos del mundo en que vivimos? ¿Cuál es el valor real de los objetos?

En primer lugar, ciertos objetos, aunque de ningún modo todos, tienen indudablemente el poder de estimular la imaginación y ampliar nuestra comprensión del campo al que pertenecen, poder que ni siquiera las mejores réplicas alcanzan jamás. El traje de novia de la princesa Diana y la camisa que vestía Carlos I de Inglaterra poseen esa cualidad. Las copias exactas del vestido y de la camisa no la tienen, y la reproducción de una pintura, la mayoría de las veces, no será del mismo tamaño ni tendrá la textura del original. En cambio, la réplica exacta de una vasija de la Edad de Bronce o de un bumerán australiano pueden lograr casi el mismo efecto que el original. El valor único de un objeto radica en las asociaciones precisas que es capaz de evocar, y que hay que explicar a los visitantes de los museos, o bien en las cualidades que una imitación no puede poseer. Una flor artificial no tiene todos los atributos de una flor real, una copia del diamante de Koh-I-Noor no es más que una copia y una transcripción o una fotografía de la Carta Magna o del Tratado de Versalles no suscita las mismas emociones que el original.

Es evidente que las piezas realmente importantes deben ser conservadas en condiciones de seguridad, ser objeto de cuidados y, siempre que sea posible, ser expuestas. No nos referimos a las que son elementos vitales de la composición de un museo. El problema fundamental surge de la tarea que los propios museos se imponen: contar una historia. Unas pocas historias, muy pocas, pueden ser narradas recurriendo a objetos originales, pero la mayoría de ellas exige una gama de materiales complementarios si se quieren evitar lagunas intolerables. Si el volumen o la importancia de esos materiales, ya se trate de maquetas, fotografías o explicaciones informatizadas, es superior a los objetos originales, ¿hasta qué punto la institución que los muestra puede ser calificada de museo? ¿Es el museo esencialmente un lugar construido en torno a una colección de objetos auténticos? Si éstos aparecen diluidos en el conjunto de lo que se exhibe en las exposiciones, ¿habrá que denominar al lugar con una palabra diferente?

Kenneth Hudson

© UNESCO 2000

Preguntas a los lectores. Por favor, envíe sus respuestas, con la referencia «Foro – Comunicación a través de los objetos», al Jefe de Redacción de Museum internacional, UNESCO, 7 place de Fontenoy, 75352 París 07 SP (Francia).

1. En su opinión, ¿qué porcentaje de los objetos de su museo puede reemplazarse, sin riesgo, por réplicas o reproducciones?
2. ¿Tiene la palabra «museo» un significado preciso para usted?
3. ¿Cree usted que el prestigio de los objetos auténticos es desmesuradamente elevado?
4. ¿Para qué tipo de persona piensa usted que su museo existe especialmente?
5. ¿Envidia usted a los conservadores de museos de hace 50 o 100 años? En caso afirmativo, ¿por qué?

Los lectores responden al Foro

En el número 199 de Museum internacional, *Kenneth Hudson preguntó «¿Deben suprimirse cuanto antes las exposiciones permanentes?» Responde Santiago Palomero Plaza, conservador del Museo Sefardí de Toledo, España.*

Sobre «clientes» y «visitantes» (en respuesta a mi «galáctico» amigo Kenneth Hudson), que escribe sobre las «exposiciones permanentes»:

En el último número de la revista *Museum internacional* se invitaba a participar abiertamente en el Foro que abre con tanto sentido del humor K. Hudson. Como quiera que estoy escribiendo un *Breve diccionario de museología* «extravagante» he extraído dos voces: «cliente» y «visitante» de mi futuro libro por si pueden aportar algo.

Cliente. En líneas generales, en la nueva museología se tiende a preferir la palabra «cliente», o «usuario» frente a «visitante», porque expresa con más claridad el deseo de mejorar la calidad del servicio que el museo ofrece potencialmente a sus visitantes. La idea que subyace en toda esta discusión es ampliar la calidad de la atención a un público muy diferente y variado, pero que, por fin, a fines del siglo XX empieza a ser atendido de un modo casi personalizado. Los museólogos han llamado la atención sobre este problema con éxito al utilizar la palabra «cliente», que, en principio, estaba reservada para los negocios. No deja de ser curioso que una vieja palabra latina *(cliens,-entis)*, que significaba «persona que está bajo la protección o tutela de otra», haya acabado triunfando en el mundo de los negocios y que las antiguas relaciones «clientelares» entre el *dominus* y su entorno hayan derivado en relaciones empresariales.

El punto de vista de Kenneth Hudson (*Museum internacional*, nº 193, 1997) resume muy bien la situación: «Hasta hace 50 años el museo, en general, era un lugar académico, al cual acudía el público para ampliar sus conocimientos, disfrutando al mismo tiempo; durante los últimos 20 años, en todo el mundo, se puede percibir un número cada vez mayor de personas que muestran signos de querer utilizar los museos de forma diferente, como lugares donde puedan plantear preguntas sobre la

© UNESCO 2000

información que ofrecen y donde puedan confrontar el punto de vista oficial. La principal tarea del museo ha pasado a ser la de estimular el debate, y no la de proporcionar información».

Sin embargo, creo, que, una vez conseguido el efecto deseado y sin olvidar los logros obtenidos, propongo utilizar una palabra nueva: «paseante», que, para mí, tiene un halo, un aura mágica, que no posee la palabra «cliente».

Una carta en el periódico (*El País*, lunes, 22 de junio de 1998) con el titulo «Soy viajero» me llamó la atención: «En un reciente viaje en el Talgo Madrid-Málaga pude oír por la megafonía cómo para RENFE había dejado de ser »viajero» para convertirme en «cliente» [...] Lamento profundamente tanto la palabreja como la filosofía que conlleva, que prima la pura relación comercial entre el tren y yo y elimina un término tan antiguo, noble y hermoso como el de «viajero», que es además una de las pocas ocupaciones humanistas y contemplativas que nos quedan. O sea, que ya no viajo: consumo – y pago, como así me recuerdan – un servicio que me transporta entre dos puntos [...] Igual que podría comprarme unos zapatos o cambiar de lavadora [...] Evidentemente sólo nos quieren como «clientes». Y para más inri, en una empresa pública – que así va preparando su privatización. Pero, si hubiera otra, no les quepa duda: por encima de la comodidad o la puntualidad, sólo viajaría en aquella que volviera a considerarme «viajero».

A mí comienza a sucederme lo mismo, pero con los museos. Está bien, ya lo he dicho arriba, ser «cliente» para conseguir sus derechos, pero yo prefiero, mejor que «cliente» o «visitante», ser *«extravagante»* o «paseante», como Ortega y Gasset en el Museo del Prado.

Lo expresa muy bien Estrella de Diego (*Revista de Occidente*, nº 177), que se conformaría con que los museos se recuperen al menos como un refugio para extravagantes, en el sentido más bello y etimológico de la palabra (de *extra*, fuera de y *vagans*, -*antis*, errante): «Que se hace o dice fuera del orden o común modo de obrar».

Los museos se han ido convirtiendo en lugares asépticos donde ya no es posible encontrar a esa bella paseante vestida de negro, mencionada con tanta frecuencia por los escritores del siglo XIX y principios del XX; son lugares confortables, pero mercantiles, con exceso de protagonismo de las tiendas, salas para vídeos y ordenadores, montajes tipo Disneylandia al por mayor, en detrimento de los rincones para la meditación y poesía como el que encontró Picasso en las máscaras en su visita al Trocadero. No proponemos una regresión «victoriana» al museo para investigadores, al contrario, nos encanta que los niños trabajen en talleres o que sus profesores les expliquen con buenos materiales mientras ellos están sentados en el suelo, o incluso que los foros públicos del mañana tengan lugar en las áreas de descanso de los pequeños museos, pero insistimos en recordar que en el fondo el «viaje» a un museo es una búsqueda personal, íntima.

E. de Diego encuentra en la palabra francesa *flâneur* y en el título de uno de sus artículos: «Seis propuestas para per-

© UNESCO 2000

derse», la razón de ser de un museo: «Es inútil acudir a los museos en busca de conocimiento [...] el viajero sabe que lo importante no son nunca las cosas, sino el modo en que se accede a ellas; que lo importante no es el acontecimiento sino el camino que conduce hasta él y sobre todo el placer de recordarlo. Hay gentes, que, incautas, visitan los museos sin saber que lo único que ofrece un museo es el olvido. Sólo así con esas premisas, el visitante que no visita, sino que pasea y quiere, sobre todo, olvidar su historia, tal vez a través de la historia de los que fueron, puede ir a un museo como un acto iniciático de descubrimiento particular, con la mirada del paseante, sin otro interés que encontrar su olvido a través de las rememoraciones».

En suma, preferimos frente a la palabra «cliente» o «visitante» la de «paseante» o «extravagante».

Visitante. Viejo término en desuso que hacía referencia a los que se acercaban a un museo en los siglos XIX y XX. A finales de este siglo fue sustituido por la palabra «usuario» o «cliente». (Ver *cliente).*

La verdad es que, personalmente, no me importa mucho la desaparición del término, porque, a pesar de la opinión de museólogos y profesionales de museos, es la palabra preferida por los gestores y la administración pública o privada: «visitante» es igual a números y las cantidades y no las calidades, las estadísticas frías triunfan en los despachos.

Se habla de los museos más «visitados», no de los más queridos por el público, y es que «visita» en castellano es un término muy controvertido y con acepciones un tanto irónicas: muy querido por la Iglesia (visita pastoral o la que se hace a un templo para ganar indulgencias); por la justicia (visita de cárceles) o por los funcionarios de aduanas (visita de aspectos, la que los médicos de sanidad hacían en los puertos a la llegada de las embarcaciones, para juzgar por el semblante de los pasajeros el estado de su salud); de médico (fig. y fam. de corta duración): general (la que se giraba antiguamente sobre los edificios, manzanas y calles de las poblaciones, reconociendo sus alineaciones y el estado y numeración de las casas). [...]

Todavía en el diccionario figura «visitador» como «juez, ministro o empleado que tiene a su cargo hacer visitas o reconocimientos» o «veedor» como persona «que ve, mira o registra las acciones de los otros; inspector, observador, visitador...».

Uno de los grandes maestros de la museología Georges Henri Rivière lo expresa con un lenguaje certero: «El éxito de un museo no se mide por el número de visitantes que recibe, sino por el número de visitantes a los que ha enseñado alguna cosa.» Da igual que lo llamemos visitante o cliente, se trata de que su «viaje» al museo no lo deje indiferente; allí estamos nosotros los conservadores para apasionarlo, para contarle historias o para dejarlo pasear en paz, si es lo que quiere».[1]

Respecto a la polémica «exposiciones permanentes, temporales o incluso itinerantes», la respuesta es simple: las expo-

© UNESCO 2000

siciones, sin adjetivos, deben ser buenas, apasionantes, con objetos sugerentes, tener mensaje, ideología y la suficiente flexibilidad para que el que las vea piense también por su cuenta o, quién sabe, hasta pueda soñar. Lo dijo precisamente en Barcelona en un Congreso de EMYA [European Museum of the Year Award (Premio Museo Europeo del Año)] la conservadora del Museo del Chiado: «los conservadores somos contadores de historias». Nada más y nada menos, una profesión apasionante, por cierto.

Respuestas a las preguntas de Kenneth Hudson:

1. Sí, el Museo Sefardí por sus características concretas, podemos considerarlo nucleado en torno a una exposición permanente. Téngase en cuenta que la principal «pieza» del Museo es la Sinagoga del Tránsito y que espacialmente constituye casi un 50% de la exposición permanente, articulándose el resto de la colección en torno a ella. Contamos la historia de los judíos en España y su aportación a la cultura europea.
2. Es un caso «especial». De los cientos de sinagogas que conocemos por la documentación, sólo se han conservado en España tres, dos en Toledo y una en Córdoba. La Sinagoga del Tránsito es el lugar en el que se ha querido conscientemente hacer «permanente» la huella del pasado judeo-español en forma de museo.
3. Hemos pensado seriamente el problema de costos y mantenimiento al hacer el museo. Por eso hemos decidido que en líneas generales la pequeña exposición en torno a la sinagoga sea lo más permanente posible, aunque lógicamente se van adjudicando nuevas piezas o nuevas ideas al hilo de la investigación.
4. Precisamente por eso hemos decidido, a su vez, que la política de las llamadas «exposiciones temporales» sea muy activa. Y digo esto porque a nuestro juicio y en este caso las exposiciones temporales sólo explican aspectos concretos o geográficos del mismo tema de la exposición llamada «permanente». Por ejemplo, si en la Galería de Mujeres de la sinagoga, el área donde se explica «permanentemente» los conceptos relativos al ciclo vital y festivo de los judíos, añadimos una colección «temporal» de postales antiguas de Tetuán, nadie sabe si son una cosa o la otra. Por lo general, organizamos tres o cuatro «exposiciones temporales» (de uno a tres meses) y otras actividades semanales (cursos, recordatorios de fiestas judías) o diarias, conferencias, conciertos, teatro en el Museo, actividades didácticas etc.
5. Es nuestro trabajo y procuramos pasarlo bien. Hemos descubierto que si uno mismo no disfruta al hacer una exposición o al contar una historia es muy difícil que el público lo haga. Por ejemplo, el «cuentacuentos», que es un instrumento didáctico utilizado para explicar a nuestro público una lápida judía.
6. No especialmente. Creemos que los fondos deben ser bien seleccionados para su exposición al público. No es un problema de cantidad, sino de calidad.

© UNESCO 2000

Nota

1. Una «visitante» estupenda de museos es Wislawa Szymbroska, Premio Nobel de Literatura, que en su libro «Paisaje con Grano de Arena», nos dejó un poema especial dedicado a los museos:

«Hay platos, pero no apetito.
Hay anillos, pero no amor correspondido,
desde hace al menos tres siglos.

Hay un abanico, pero ¿qué fue del arrebol?
Hay espadas, pero ¿que fue de la ira?
Y el laúd no suena entre dos luces.

Donde no hay eternidad se acumulan
diez mil antigüedades muy antiguas.
Un polvoriento portero dulcemente dormita
con el bigote pegado al cristal de su garita.

Metales, arcilla y una pluma de ave
vencen al tiempo con su quietud suave.
El broche de una egipcia alocada
ríe por nada.

La corona duró más que la cabeza.
La mano perdió contra el guante.
El zapato derecho venció sobre el pie.

¿Qué decir de mí? De morirme, ni hablar.
Contra mi traje lucho en incruenta contienda.
¡Qué aguante tiene la prenda!
¡Qué tenaz afán de más que yo durar!

© UNESCO 2000

museum internacional

Museum internacional es una revista publicada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Esta publicación trimestral constituye una tribuna internacional de información y opinión sobre todo tipo de museos, destinada a impulsar los museos en todas partes.
Las ediciones en español y francés se publican en París, la edición en inglés se publica en Oxford, la edición en árabe se publica en El Cairo y la edición en ruso en Moscú.

N° 205 (vol. 52, n° 1, 2000)

Portada:
Ilustración original de Tom Jack
© JACK/SIS

Directora de la publicación:
Milagros Del Corral Beltrán
Jefe de redacción: Marcia Lord
Asistente de redacción: Christine Wilkinson
Iconografía: Carole Pajot-Font
Redactor de la edición árabe:
Fawzy Abd El-Zaher
Redactora de la edición rusa:
Tatiana Telegina

COMITÉ CONSULTATIVO
DE REDACCIÓN

Amareswar Galla, Australia
Gaël de Guichen, ICCROM
Yani Herreman, México
Nancy Hushion, Canadá
Jean-Pierre Mohen, Francia
Stelios Papadopoulos, Grecia
Manus Brinkman, secretario general del ICOM, *ex officio*
Roland de Silva, presidente del ICOMOS, *ex officio*
Tomislav Šola, República de Croacia
Shaje Tshiluila, República Democrática del Congo

Composición: Éditions du Mouflon,
Le Kremlin-Bicêtre (Francia)
Impresión: Jouve, Mayenne, Francia

© UNESCO 2000

CPPAP n.° 74565

Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada o transmitida de manera alguna ni por ningún medio, ya sea eléctrico, químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin el previo permiso del editor.

CORRESPONDENCIA

Sobre cuestiones relativas a los artículos:
Jefe de redacción, *Museum internacional,*
UNESCO, 7, place de Fontenoy
75700 París, Francia
Tel: [33] [1] 45-68-43-39
Fax: [33] [1] 45-68-55-91

SUSCRIPCIONES

JEAN DE LANNOY
Servicio de suscripciones
202, avenue du Roi
B-1060 Bruxelles, Bélgica

Tarifas de suscripción para 2000
Instituciones: 480 francos franceses
Individuos: 280 francos franceses

Números sueltos
Instituciones: 130 francos franceses
Individuos: 85 francos franceses

Países en desarrollo

Tarifas de suscripción para 2000
Instituciones: 360 FF
Individuos: 180 FF

Números sueltos
Instituciones: 130 FF
Individuos: 85 FF

Para adquirir separatas de los artículos, los interesados pueden dirigirse a:
Institute for Scientific Information
Att. Publication Processing
3501 Market Street
Philadelphia, PA 19104
Estados Unidos de América

EDICIONES UNESCO

Colección Letra Grande

Una selección de cuentos y narraciones breves, escritos por autores de renombre. Un instrumento particularmente bien adaptado para la promoción de la lectura

Ediciones UNESCO / Editorial Popular
Precio: 22 FF/3,35 € el ejemplar

Novedades



Cuentos de terror

J. Leridan Le Fanu / Washington Irving / Edgar Allan Poe / Guy de Maupassant / Bram Stocker

Un racimo de personajes y situaciones, creados por las más ardientes fantasías, desfilan por este conjunto de relatos de horror para encantarnos con sus aventuras y desventuras.



Cuentos ecuatorianos

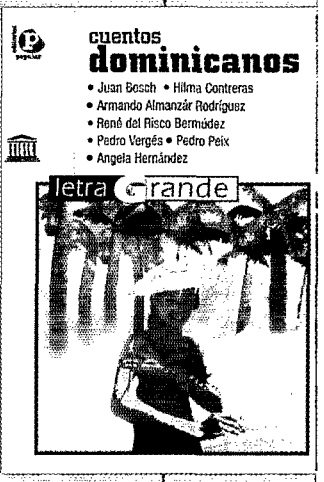
César Dávila Andrade / José de la Cuadra / Alejandro Carrión / Pablo Palacio / Alicia Yánez Cossío

Esta breve antología ecuatoriana de antiguos y actuales recoge una muestra de la literatura de este país andino, en parte olvidada y siempre dispersa, pero que merece atención y memoria. Del relato rural a la descripción urbana, un conjunto de personajes y situaciones que ayudan a comprender mejor un país especialmente dotado para la belleza en todas sus dimensiones.

Cuentos dominicanos

Juan Bosh / Hilma Contreras / Armando Almanzár Rodríguez / René del Risco Bermúdez / Pedro Vergés / Pedro Peix / Angela Hernández
Selección de Jeannette Miller

Mantenido en la tradición oral hasta la segunda mitad del siglo XIX, el cuento dominicano ha venido de la mano con la historia política, social y económica del país. Paisaje y hábitat, pero esencialmente el hombre que interactúa con ellos, se han ido definiendo en múltiples situaciones y caracteres que proponen una idiosincrasia que enfrenta modificaciones permanentes. Se seleccionaron para este volumen siete autores del siglo XX cuyos trabajos aparecen como arquetipos, no sólo del género, sino de los distintos períodos que se reconocen en la evolución de la narrativa dominicana.





Relatos de mujeres (3)

Fernán Caballero / Edith Wharton / Yanitzia Canetti / Espido Freire / Daína Chaviano / Laura Freixas

Seis mujeres, de diversos tiempos y de variadas procedencias, son las creadoras de estos seis relatos heterogéneos y complementarios. Pero la coincidencia no es solamente la de mujer-autora, sino que en todos se asoma, con mayor o menor fuerza, la presencia de la mujer-protagonista.

EDICIONES UNESCO
7, place de Fontenoy
75352 Paris 07 SP
Francia
Fax: +33 1 45 68 57 37
Internet: www.unesco.org/publishing
E-mail: publishing.promotion@unesco.org

UNESCO