Museum Internacional

No 204 (Vol LI, n° 4, 1999)

Museos e Internet I

En la Colección UNESCO de Obras Representativas
las Ediciones UNESCO presentan

la poesía de todos los universos



Poesía cubana
Poesía italiana contemporánea
Silva, Poesías
Solo al atardecer, *de Jiří Orten*
Cavafis
Diwan – Poetas de Lenguas Africanas
Antología de la paz
Homenajes, *de Ali Ahmad Said Esber (Adonis)*
Memoria de América en la poesía – Antología 1492-1992
Poesía sueca contemporánea
Poesía uruguaya del siglo XX
Por debajo del sueño – Antología poética *de José Bergamin*
Poesía ucraniana del siglo XX
Viajes por América desierta y otros poemas *de Lauwrence Ferlinghetti*

Catálogo completo:
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 4, 1999

ÍNDICE

Editorial 3

Documento especial: Museos e Internet (1)

4 Basta con conectarse
Jonathan Bowen

8 Echar raíces en Internet: establecer una identidad para la comunidad de museos en la Red *Cary Karp*

14 Creación de un sitio Web nacional: la experiencia canadiense
Wendey A. Thomas

20 La interactividad alcanza la madurez: los museos y la Red Mundial
David Bearman y Jennifer Trant

25 La coordinación de los museos en línea *Maxwell L. Anderson*

31 El público ante todo: la experiencia francesa *Philippe Avenier*

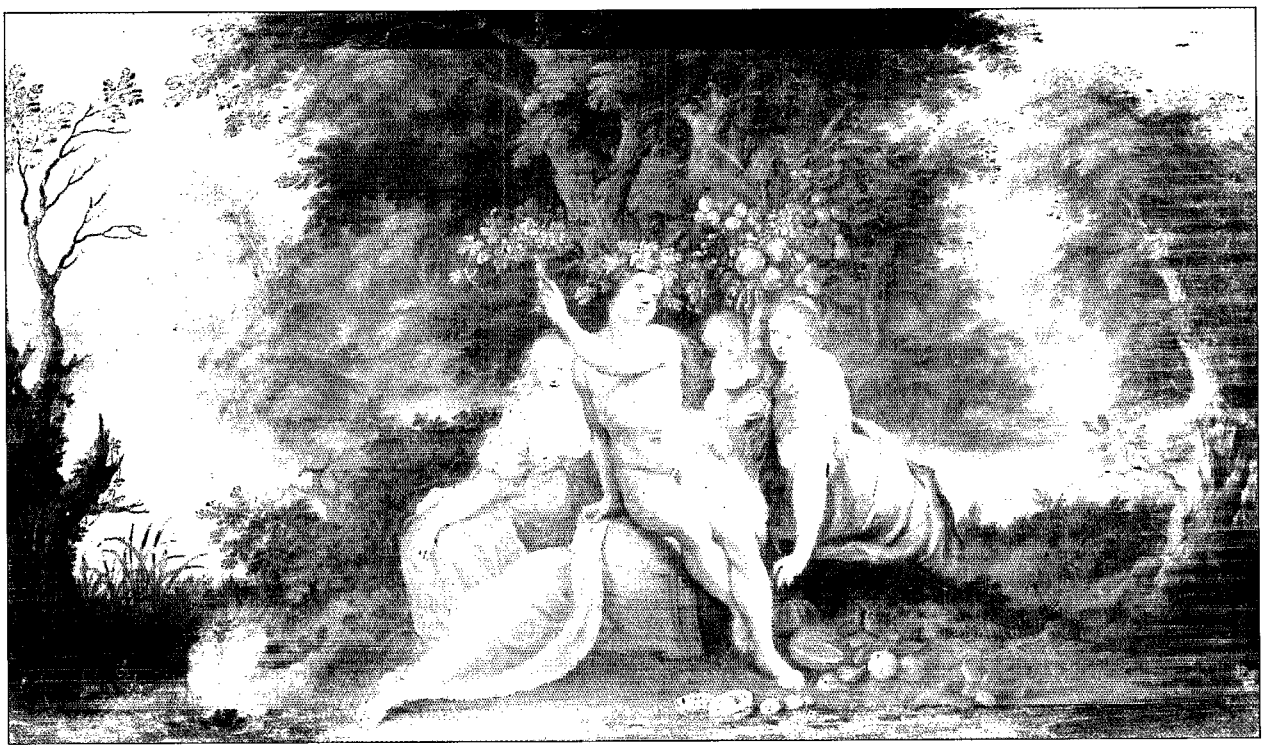
35 Museos científicos en Internet
Luis Alfredo Baratas Díaz y Ángeles del Egido

Sitio 42 Kuntur Wasi: templo, oro, museo... y un experimento de desarrollo comunitario *Yoshio Onuki*

Tendencias 47 Los museos etnográficos de Italia: una década de crecimiento espectacular *Gaetano Forni*

Perfil 53 El MoMA se establece en Washington *Jesús Pedro Lorente*

Secciones 60 Libros



OBJETOS ROBADOS

Pintura al óleo sobre cobre, de Frans Franken II y Govaerts, que representa un grupo de personajes en un paisaje que simboliza el otoño. Es posible que al reverso se encuentre un sello de cera con las armas del marqués de Livois. Dimensiones: 25 × 42 cm.
Robado en un museo de Angers, Francia, el 6 de septiembre de 1997.
(Referencia: 39269/97, Interpol, La Haya).
Foto: cortesía del Secretariado General de la OIPC-Interpol, Lyon (Francia)

© UNESCO 2000

Editorial

Primer ejemplo: cada año, más de cinco millones de visitantes descubren las maravillas expuestas en el Museo del Louvre en París. En la actualidad, más de un millón de visitantes al mes contemplan los tesoros del Museo en su sitio (www.louvre.fr) en la World Wide Web (www).

Segundo ejemplo: el sitio Web de la Smithsonian Institution (www.si.edu) registró 1,2 millones de visitas en mayo de 1995; menos de un año después, en febrero de 1996, el número de visitas superó los cuatro millones.

Tercer ejemplo: el sitio de las páginas museísticas de la Biblioteca Virtual (www.icom.org/vlmp), la pasarela a los sitios Web de museos y galerías de unos 70 países en el mundo, registró al visitante número 1.000.000 en febrero de 1997 y al visitante número 2.000.000 en enero de 1998. En marzo de 1999, el número de visitas sobrepasaba los tres millones.

Cuarto ejemplo: en junio de 1993, la flamante World Wide Web contaba con unos 130 sitios. Pero en enero de 1997 se estimaba que existían ya unos 650.000 sitios. (Matthew Gray del Instituto Tecnológico de Massachusetts, www. mit.edu/people/mkgray/net).

Esta selección aleatoria de hechos y cifras, obtenida de Internet, da una idea de la magnitud de un fenómeno que se ha expandido en el mundo de los museos a una velocidad vertiginosa. Lo que, a principios de los años setenta, comenzó como un complejo artilugio destinado a un pequeño grupo de investigadores, se ha convertido hoy en un instrumento de fácil utilización y múltiples aplicaciones: medio para vehicular la educación, faro guía para la cultura, escaparate para la ciencia... pero es también una exitosa empresa comercial en la que cada año se invierten miles de millones de dólares. Un estudio reciente estimó que más de 150 millones de personas, en el mundo entero, se conectan a Internet[1].

Sin embargo, el mero peso de las cifras y el rápido ritmo de crecimiento de Internet son sólo una parte de la historia. Lo que nos interesa aquí es saber por qué y de qué manera el mundo de los museos explota este instrumento. El «porqué» puede resumirse de forma convincente como sigue:

- La mayoría de los museos existe para proporcionar experiencias e información al público. Internet ofrece a los museos un nuevo medio para desarrollar este objetivo fundamental.
- Al igual que muchos museos, Internet es un medio de acceso público y gratuito, potencialmente abierto a todo el mundo.
- La gran mayoría de los programas de los museos destinados al público tiene algún tipo de homólogo en el mundo virtual de Internet. Existe así la oportunidad de crear nuevos tipos de programa que permitan a los visitantes aportar directamente al museo informaciones y comentarios, cosa que no es posible de otra manera.
- La utilización de Internet es particularmente intensa en las áreas de educación y cultura, que coinciden en gran parte con el público efectivo o potencial de los museos.
- El carácter mundial de Internet permite a los museos llegar a un público situado más allá de sus zonas de acceso físico.
- En Internet, todas las organizaciones empiezan con un mismo formato: una página de presentación en la Web. Los usuarios eligen en función del reconocimiento del nombre y su fama. Esto representa una ventaja para instituciones como los museos, ya que su imagen de marca, su reputación de calidad y su autoridad, les permiten destacarse.
- Las visitas al museo virtual de Internet complementan las visitas reales y no compiten con ellas. La experiencia confirmada es que una actividad que promueve una organización en un medio determinado también promueve su éxito en todos los demás, es decir que cuanta más gente visite el sitio del museo en Internet, más gente lo visitará en la vida real.
- Desde el punto de vista económico los sitios Web son atractivos. En efecto, los costos totales que supone crear un sitio Web son similares a los necesarios para montar una exposición. Al igual que hay pequeñas exposiciones, existen sitios pequeños, aunque también es posible realizarlos con un gran presupuesto. (Fuente: Cognitive Applications Limited, www.cogapp.com)

La manera en que el mundo de los museos está explotando las posibilidades de Internet es el tema de este número, el último de *Museum Internacional* que aparece en el siglo XX. Esperamos que, como nosotros, piense que ésta es la manera más adecuada de despedir al siglo que se va y saludar al que llega.

Para concluir, deseamos agradecer a Graeme Farnell, de Heritage Development (www.heritagadevelopment.co.uk), que nos ha ayudado a nutrir esta idea desde sus inicios, y a Jonathan Bowen de la Universidad de Reading (www.cs.reading.ac.uk/people/jpb), fuente indispensable de sabiduría en todo lo que se refiere a los museos y a Internet, y cuyos conocimientos, energía y situación preeminente en el mundo de los museos han hecho posible este número y el siguiente.

Nota

1. *TeleGeography 1999? Global Telecommunications Traffic Statistics & Commentary*, Washington, D.C., TeleGeography, Inc., octubre de 1998. Citado en: Victoria Shannon, What's Lurking Behind Those Slow Downloads? (¿Qué se oculta tras esas lentas operaciones de carga?), *International Herald Tribune*, 27 de mayo de 1999.

Basta con conectarse[1]

Jonathan Bowen

Son muchos los que consideran a Jonathan Bowen el «padre fundador» de las páginas museísticas de la Biblioteca Virtual (VLmp – Virtual Library museums pages*), uno de los primeros sitios en la* World Wide Web *(www) sobre museos. Profesor del Departamento de Informática de la Universidad de Reading (Reino Unido), donde dirige el Grupo de Métodos Formales e Ingeniería de Soportes Lógicos. Anteriormente, fue investigador en el Laboratorio de Informática de la Universidad de Oxford. Desde 1977 se ha dedicado a la informática, tanto en el ámbito de la industria como en los medios universitarios, y ha participado en unos quince comités de programas, entre ellos un grupo principal de trabajo del programa de tecnologías de la información de la Unión Europea (ESPRIT). Ha publicado más de 140 trabajos, entre los que figuran nueve libros. En 1994 ganó el premio Charles Babbage de la IEE (Institución de Ingenieros Electricistas). En 1997, fue miembro honorario, presentador y orador invitado de la primera conferencia «Los museos y la Web» y ha continuado siendo un activo participante de las conferencias que han seguido.*

«Una tecnología suficientemente avanzada es indiscernible de la magia». Arthur C. Clarke (1917-) *Perfiles del Futuro*

Este número y el próximo de *Museum Internacional* están dedicados a los museos virtuales. El papel de Internet es cada vez más importante para todo tipo de organizaciones y grupos de personas, sin olvidar los museos y su público. Conviene recordar que, aunque Internet surgió en 1969 como un proyecto de defensa de los Estados Unidos, hasta el decenio de los noventa no se convirtió en un fenómeno tan importante y extendido como para influir en toda la sociedad. En la actualidad, parece que la mayoría de las organizaciones de los países industrializados necesitan subirse al tren de Internet, hasta el punto de que, cuando se trata de los museos más importantes, la cuestión ya no es si se debe o no crear un sitio Web, sino qué se debe hacer con el sitio Web.[2] Sin embargo, muchos museos más pequeños, concretamente, aquellos que están en los países donde la infraestructura de Internet está menos desarrollada y donde los costos de las telecomunicaciones son relativamente elevados, todavía necesitan establecer su presencia en la Red. No obstante, cualquiera que sea el tamaño del museo y dondequiera que se encuentre, el suministro de la información se efectúa, cada vez más, en forma digital y en línea.

Teniendo en cuenta que no existe una supervisión general, es sorprendente el hecho de que Internet y sus tecnologías asociadas, como el correo electrónico y la World Wide Web (www), funcionen tan armoniosamente, pese a los cortes e interrupciones ocasionales. La decisión acerca de la utilización y la aceptación de nuevas normas y tecnologías se toma por consenso general. De ahí que las ideas menos útiles simplemente no se difundan o desaparezcan de muerte natural a su debido tiempo. Así por ejemplo, durante los primeros pasos de la World Wide Web, se disponía de un enfoque rival llamado *gopher* (programa para leer información con un protocolo de transmisión asociado) que gozó de mucha aceptación inicial. La Web acabó englobando el *gopher* y otros protocolos por medio de programas de navegación en la Red, capaces de reconocerlos y utilizarlos uniformemente, mediante una convención común de denominaciones llamada actualmente «Localizador de Recursos Uniforme» (URL – Uniform Resource Locator / Universal Resource Locator). En la actualidad, ninguna organización consideraría la posibilidad de crear un sitio *gopher,* sino que optaría sin la menor duda por un sitio Web.

En este primer número analizaremos las comunidades museísticas en línea, mientras que los museos individuales en línea serán el objeto de nuestro próximo número. Es evidente que los museos han mantenido contacto entre sí por medio de visitas, conferencias, publicaciones escritas como informes, revistas y periódicos, conversaciones telefónicas, etc., mucho antes de la llegada de las comunicaciones digitales. No obstante, Internet, gracias a su velocidad, su carácter informal y su capacidad de ignorar las barreras geográficas, es un complemento excelente para el desarrollo y el establecimiento de muchas comunidades de museos.

Al principio fueron los académicos y los investigadores universitarios los más interesados en los museos y en el acceso a ellos mediante Internet. Hoy día, el público en general, las escuelas (tanto los profesores como los alumnos), las empresas, etc., tienen un acceso cada vez más amplio a Internet, aunque generalmente, a una velocidad inferior y por medio de un teléfono analógico que tiene el inconveniente de necesitar un módem. En el futuro, si se quiere asegurar la omnipre-

Museum internacional (París, UNESCO), nº 204 (vol. 51, nº 4, 1999) © UNESCO 2000

sencia de Internet, el acceso tendrá que ser digital y de alta velocidad. Pero todavía estamos lejos de esta situación, incluso en los países donde el uso de la Red está muy extendido.

Existen muchas técnicas de interconexión (en el sentido tradicional de crear y mantener contactos) mediante Internet. En los artículos publicados en este número se examinan algunas de ellas, así como las que han empleado y podrían seguir empleando las organizaciones museísticas nacionales e internacionales para aprovechar realmente Internet, sobre todo en lo que se refiere a la oferta de información disponible en la Red.

Para muchos museos, es motivo de preocupación que el acceso virtual reduzca el deseo de visitar los museos reales. Sin embargo, es mucho más probable que ocurra todo lo contrario. Así, a los que no sabían nada del cúmulo de objetos y conocimientos guardados en los museos, se les podría despertar el interés por saber más. En todo caso, es muy poco probable que este interés se adormezca. Además, los museófilos pueden encontrar por este medio un nuevo acceso complementario al saber que se conserva en los museos.

El Ministerio de Cultura francés, por ejemplo, fue uno de los primeros en facilitar información sobre museos al público en Internet con acceso a bases de datos importantes sobre obras como la Gioconda. Recientemente, ha puesto en marcha una base de datos en línea llamada Muséofile, que abarca a todos los museos estatales franceses, y un servicio, en colaboración con un servicio en línea ya existente, que ayuda a los conductores a localizar un museo y planificar su ruta. Internet en general y la World Wide Web en particular son dos instrumentos excelentes para este tipo de simbiosis. A este respecto, el artículo de Philippc Avenier analiza algunas experiencias francesas relacionadas con el suministro de servicios en línea vinculados a los museos.

Un esfuerzo inicial (en términos de la www) para establecer globalmente una comunidad museística en línea, produjo las Virtual Library museums pages (VLmp – páginas museísticas de la Biblioteca Virtual), que se inauguraron en 1994 como parte de la Biblioteca Virtual (Virtual Library) que ya existía y que representa un repertorio de recursos en línea fundado por Tim Berners-Lee, inventor de la World Wide Web. El mantenimiento de la Biblioteca Virtual está a cargo de expertos independientes de todo el mundo, que colaboran sin ánimo de lucro. En este marco, estas páginas se convirtieron rápidamente en un depósito importante de datos, tanto para uso del público en general como para los profesionales de los museos, con fácil acceso a un importante repertorio mundial de información sobre museos. Hasta este momento, más de tres millones de visitantes han consultado las páginas museísticas.

En 1996, gracias al apoyo de Cary Karp, del Museo Sueco de Historia Natural de Estocolmo, el Consejo Internacional de Museos (ICOM) adoptó el repertorio VLmp y lo incluyó en su sitio Web principal, así como en los sitios espejo correspondientes de todo el mundo. El ICOM es, sin duda alguna, el organismo más adecuado para supervisar el desarrollo de una estructura mundial para museos en línea. El artículo de Cary Karp toca algunas ideas al respecto.

Las empresas comerciales como Yahoo están tratando de convertirse en los más importantes portales de acceso para los usuarios de Internet, y se disponen a invertir miles de millones de dólares en mejorar sus servicios. La Biblioteca Virtual sigue siendo fruto del esfuerzo de voluntarios, pero con la ventaja de que se trata de expertos imparciales con una gran

© UNESCO 2000

dedicación. Ahora bien, si el repertorio VLmp ha de competir con los repertorios comerciales, será preciso contar con fondos para el futuro, ya que, dado el número de museos que existen en el mundo, una sola persona no puede asegurar, a largo plazo, el mantenimiento del sitio. Por ello, el repertorio se está dividiendo poco a poco por países, con un responsable del mantenimiento en cada uno de ellos. La red Canadian Heritage Information Network (CHIN – Red Canadiense de Información sobre el Patrimonio) fue la primera en ofrecerse para mantener esa lista en Canadá, pero también fue una de las primeras en adoptar la tecnología de Internet. Wendy Thomas describe en su artículo los esfuerzos realizados.

La MDA (Museum Documentation Association), asociación de documentación museística, se ha hecho cargo de la sección británica del repertorio. Recientemente, un miembro del comité nacional de Corea del ICOM ha empezado a ocuparse de la página sobre los museos de su país. También se espera que los Museos Nacionales de Kenya instalen en breve una página sobre los museos africanos. Asimismo, AMOL (Australian Muscums On-Line), la agrupación de museos australianos en línea, creará, en su amplia base de datos en línea, una página del repertorio VLmp que abarca los museos australianos. En suma, los países que se enumeran a continuación tienen sus propias listas de VLmp y se ocupan de las páginas de información en el idioma local y en inglés, según se indique: Canadá (también en francés), Japón (también en japonés), República de Corea, Luxemburgo, Rumania (también en rumano), la Federación de Rusia (también en ruso), España (también en español), Suecia (información en inglés y sueco), Suiza (también en francés), el Reino Unido y los Estados Unidos. Aunque más del 80% de las páginas Web están redactadas en inglés, se procura que las páginas del repertorio VLmp se escriban en las lenguas vernáculas siempre que sea posible (y mientras los conocimientos técnicos y los caracteres tipográficos adecuados para los navegadores Web estándar lo permitan).

En la actualidad, 66 países albergan museos representados en el repertorio VLmp, y este número continúa aumentando. Siempre que se puede, el mejor índice de museos de un país se encuentra en el repertorio VLmp en forma de un hipervínculo fácilmente identificable. No obstante, varios países importantes con abundante información sobre museos en línea no comparten aún el proyecto VLmp, aunque se les incita a participar para que los vínculos con los museos de los diversos países puedan ser mantenidos por expertos locales bien informados. Una vez configuradas, las páginas de cada país pueden ser cómoda y automáticamente proyectadas en todo el mundo, en horario nocturno para acelerar el acceso, e incluidas en los servicios de búsqueda del repertorio VLmp.

Las conferencias anuales «Los museos y la Web», que se celebran desde 1997, han sido un factor importante para afianzar la comunidad formada por las personas dedicadas a la creación de sitios Web sobre museos. Hasta el momento se han celebrado tres conferencias, y existen perspectivas de que sigan organizándose en el futuro. Durante su celebración, se entrega el premio «Lo mejor de la Web» en varias categorías. La ya mencionada CHIN resultó premiada en dos categorías en la conferencia de Nueva Orleans en 1999, como explican sus organizadores principales, David Bearman y Jennifer Trant.

Bajo la dirección de Max Anderson, del Whitney Museum of American Art (Museo Whitney de Arte Americano) de

© UNESCO 2000

Nueva York, la Asociación de Directores de Museos de Arte (AAMD) ha desempeñado un papel muy activo a la hora de fomentar la participación de los museos y sus servicios en línea. Las iniciativas de la Red de Museos de Arte (AMN – Art Museums Network), supervisadas por la AAMD, por ejemplo, AMICO (Art Museum Image Consortium), que ofrece una útil biblioteca de arte en línea, y Excalendar (un calendario de exposiciones de más de 150 museos), abren excelentes posibilidades para el futuro si los museos aprenden a colaborar eficazmente en línea.

En el artículo de Luis Alfredo Baratas Díaz y Ángeles del Egido sobre los museos de ciencia en Internet se habla de otros tipos de museos que colaboran entre sí, aunque no tan estrechamente. En un futuro próximo, sería conveniente que estas comunidades museísticas especializadas se organizaran tan eficazmente como la AMN. Siguiendo este proceso de evolución, estas iniciativas podrían estructurarse en un nivel superior que englobara a todos los museos, de modo que, por ejemplo, un visitante potencial pudiera identificar todos los museos abiertos en un determinado día en una ciudad determinada.

Este número especial de *Museum Internacional* pretende ofrecer ejemplos de las actividades que se están realizando para crear y fomentar las agrupaciones de museos en línea. Internet se modifica en forma continua y se encuentra aún en un estado de desarrollo muy temprano. Compárese, por ejemplo, la revolución de la información, que acaba de iniciarse tan significativamente, con las llamadas revoluciones agraria e industrial, que tardaron décadas en hacer sentir sus efectos y cuyas repercusiones pueden medirse por centurias. Estamos entrando en una época llena de posibilidades para el progreso tanto de las relaciones de los museos entre sí como con sus clientes. Los costos de la tecnología, aunque no son insignificantes, se reducen constantemente y las posibilidades de colaboración en proyectos como bases de datos de acopio en línea, exposiciones, etc., no tienen más limitaciones que la imaginación y motivación de la comunidad museística en su totalidad. La inversión más importante consiste en explotar los conocimientos de forma creativa y eficaz.[3] ■

Notas

1. Epígrafe de la novela de E. M. Foster *Howard's End*, publicada por primera vez en 1910.
2. J. P. Bowen, «Time for Renovations: A Survey of Museum Web Sites», en: J. Trant y D. Bearman (comps), *Proc. Museums and the Web 1999*, Nueva Orleans, 11-14 de marzo de 1999 (www.muscums.reading.ac.uk/mw99/paper/)
3. Para obtener acceso a los museos en la World Wide Web, el principal sitio Web de las páginas museísticas de la Biblioteca Virtual del ICOM (VLmp) se encuentra en la siguiente dirección: www.icom.org/vlmp/ (el sitio está diseñado para una gran variedad de navegadores y comprende también varios sitios espejos para cuando el acceso es lento).

© UNESCO 2000

Echar raíces en Internet: establecer una identidad para la comunidad de museos en la Red

Cary Karp

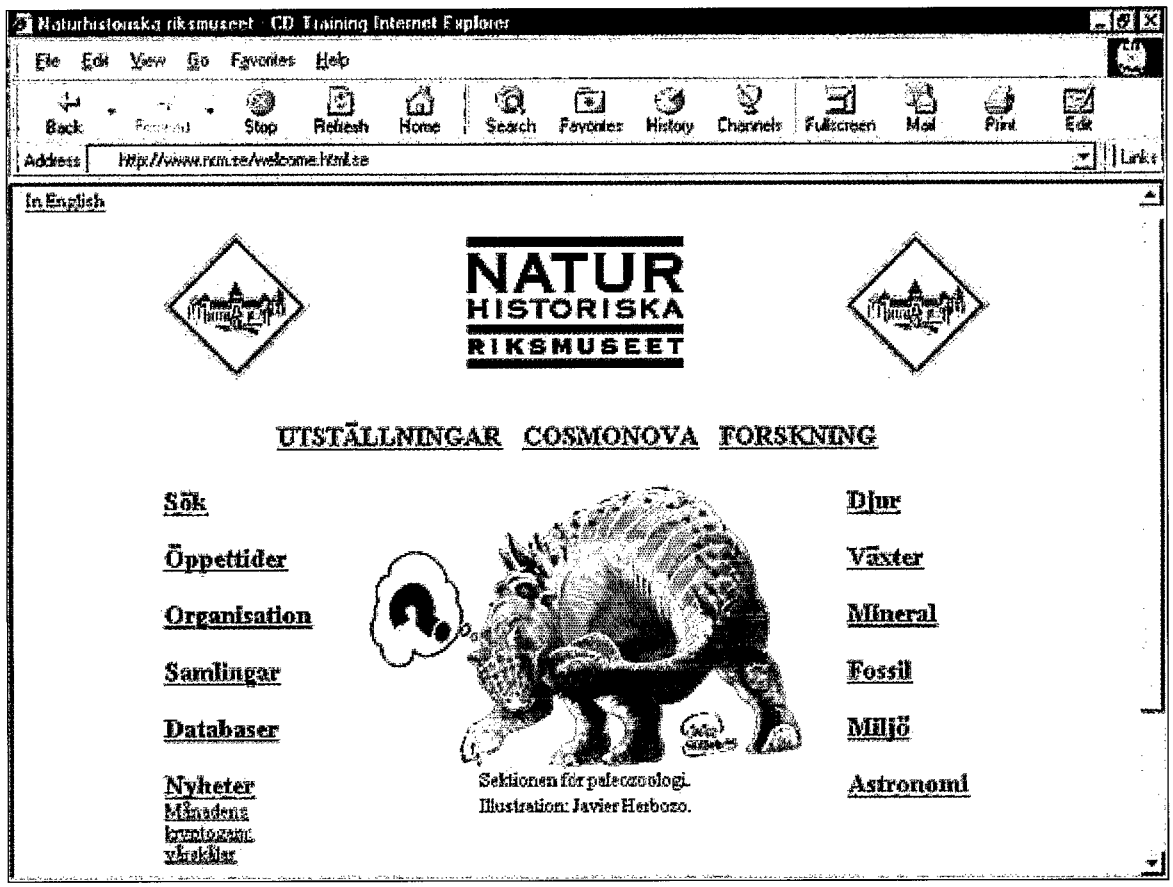
¿Cómo pueden darse a conocer los museos en medio del complejo y creciente laberinto de los sitios en la World Wide Web? ¿Qué puede hacerse para ayudar a los usuarios a encontrar lo que necesitan de manera más eficiente y rápida? Cary Karp expone los pormenores de la tarea de localizar los sitios Web y nos ofrece atisbos de lo que podría depararnos el futuro. El autor es director del Departamento de Tecnología de la Información en el Museo Sueco de Historia Natural y actúa como coordinador de recursos de Internet en el Consejo Internacional de Museos (ICOM). Asimismo, desempeña un papel activo en la definición de políticas para la administración y mejora del Sistema de Nombre de Dominio genéricos, y es el operador de numerosos dominios de Internet, dentro de los sectores de la cultura y el patrimonio.

Los primeros museos que se establecieron en la comunidad de la World Wide Web tuvieron pocas dificultades para darse a conocer. La comunidad era aún pequeña, así que aunque los nuevos miembros no hiciesen grandes esfuerzos para anunciar su llegada a los veteranos, todos podían localizar fácilmente sus respectivas direcciones Web. Los años transcurridos desde entonces hasta el momento de escribir este artículo pueden contarse con los dedos de la mano. Sin embargo, en ese breve lapso se ha producido uno de los cambios más importantes de la historia.

Los equivalentes en la Red de las guías telefónicas y de calles aún están en proceso de desarrollo. Alguien que conozca el nombre de un museo y la ciudad donde se encuentra y que desee contactarlo telefónicamente, no tropezará con grandes dificultades para averiguar el número correspondiente. Determinar la localización física exacta de un museo para visitar sus exposiciones puede implicar algunos malabarismos con los planos de calles, pero las técnicas de base están bien establecidas. En cambio, para encontrar la dirección del sitio Web de un museo, o incluso para saber si existe o no dicho sitio, no existe un procedimiento claramente definido. Es posible que aquellos que pueden localizar un museo de alguna otra forma sean igualmente capaces de rastrear cualquier dirección que la Red posea. Sin embargo, una de las ideas de base para crear el sitio Web de un museo es llegar a un público que posiblemente no tenía una relación previa con la comunidad de museos. Puede que estas personas conozcan el tema que les interesa, aunque no tengan ni la más mínima idea de los nombres de los museos cuyos sitios Web valdría la pena visitar.

El hecho es, simplemente, que los arquitectos de redes y los ingenieros que crearon Internet nunca supusieron que pudiese alcanzar las dimensiones actuales, por lo que no tomaron en cuenta la necesidad de servicios complejos de directorios. Sólo gradualmente se hizo evidente que este tipo de servicios era indispensable y se desarrollaron paralelamente varios medios de suplir esta carencia. Aunque en la actualidad esta situación se ha vuelto crítica, todavía no existe ningún mecanismo de alcance tan completo como, por ejemplo, una guía telefónica. En realidad, merecería la pena recordar las frecuentes escenas de las películas antiguas en las que alguien cogía el auricular de un teléfono sin disco, hablaba con el operador telefonista llamándolo por su nombre y le pedía una conexión con otra persona, a la que identificaba también por su nombre de pila, en otro lugar de la ciudad. Es de suponer que la conexiones con lugares recónditos de países lejanos representaban grandes dificultades. Por no hablar de la imposibilidad de procesar una pregunta general acerca de los números de teléfono de todos los museos del mundo que pudiesen tener colecciones de, por ejemplo, motocicletas de tipo *scooter*.

Los servicios de guía telefónica han evolucionado considerablemente desde aquella época, aunque para llevar a cabo una búsqueda global de información por sectores, el único medio sigue siendo consultar por separado la guía telefónica clasificada de todas las ciudades o regiones. Las bases de una guía de direcciones Web tienen menos diferencias con respecto a la de teléfonos de lo que muchos piensan. La gente se refiere a los sitios Web como URL (Uniform Resource Locator). Se trata de las conocidas construcciones del tipo «www.motocicietasmuscum.uk/», tan abundantes en casi todos los medios publicitarios e informativos – ahora a menudo desprovistos del prefijo HTTP (protocolo de transferencia



Desde la página inicial del ICOM, se obtiene acceso a varios sitios Web de los Comités Nacionales del ICOM. En Suecia, los servicios de albergue para ICOM-Suecia son prestados por el Museo Sueco de Historia Natural.

de texto con hipervínculos), los dos puntos y las barras oblicuas (http://). En Internet, las computadoras se identifican exclusivamente mediante direcciones numéricas. Por tanto, para el funcionamiento de Internet, es fundamental traducir los nombres a números. El DNS (Domain Name System) o sistema de nombres de dominio, es la base de datos mundialmente distribuida, que se emplea para identificar las direcciones numéricas de Internet cuando un usuario facilita el nombre equivalente de una computadora.

El DNS es el único servicio de su clase utilizado en Internet, pero en realidad no concierne directamente a los usuarios de la red. Cualquiera que conozca el URL de un sitio Web de un museo puede esperar localizarlo sin necesidad de saber que existe el DNS. Sin embargo, las cosas se complican cuando se sabe cómo se llama un museo pero se ignora la dirección URL de su sitio Web. Existen varios servicios de directorios destinados a proporcionar la información necesaria y que, a menudo, contienen opciones complementarlas muy útiles, tales como las direcciones de correo electrónico de los empleados del museo. Los usuarios observadores quizá se hayan fijado en los nombres PH, WHOIS, X.500 y LDAP cuando configuran un navegador Web o un programa de correo electrónico. Todos ellos se refieren a servicios de directorios. El problema estriba en que ninguno de ellos ha conse-

Reservados todos los derechos

© UNESCO 2000

guido una aceptación generalizada como sistema dominante en su categoría. En cualquier caso, ninguno de ellos es más valioso que la información que contiene su base de datos subyacente. El DNS funciona porque es obligatorio que todas las computadoras centrales se registren para ofrecer servicios públicos en Internet. Mientras no sea obligatorio utilizar un servicio único de directorios del más alto nivel, perdurará el problema de saber dónde se encuentra un sitio Web.

Localizar recursos en la Red

Existen dos formas comúnmente conocidas para localizar recursos en la Red cuando no se conocen sus direcciones exactas. La primera es la denominada «juego de adivinanzas URL». A falta de otra forma mejor, para empezar, cabe suponer que el URL del sitio Web comienza con «www». (Un URL puede referirse a varios recursos en red y el uso del prefijo «www» es una forma generalizada de indicar que uno de ellos es la World Wide Web). En el caso de los museos fuera de los Estados Unidos, también tiene sentido intentar indicando el país al final del URL. En el caso del Liverpool Motor Scooter Museum, se probaría, por ejemplo «www.*algo*.uk». Lo que queda por hacer es conjeturar algunas abreviaturas alternativas para la institución en sí. Sin insistir en este ejercicio, aclaremos que unos cuantos intentos pueden llegar a revelar que el sitio buscado, de hecho, se encuentra en: «www.motorscooter.uk».

En la práctica, este método tiene las mismas posibilidades de éxito que de fracaso. Muchos sitios Web de museos están registrados dentro de un servidor comercial, y sus URL no pueden ser adivinadas de ninguna forma. Incluso si un musco posee su propio dominio, muchos países no permiten que estas organizaciones se inscriban directamente bajo el dominio nacional. Por ejemplo, en el Reino Unido, los museos están frecuentemente inscritos en la «comunidad académica», lo que da lugar a una URL del tipo «www.*nombredelmuseo*.ac.uk». En los Estados Unidos se utiliza una estructura de subdominios incluso más compleja dentro del dominio nacional «.US». Y para complicar aún más las cosas, muchos museos de ese país están registrados en los llamados dominios genéricos de primer nivel, tales como «.com», «.org» o «.edu». A su vez, estos dominios pueden ser utilizados por museos registrados que se encuentran en otros países, y, para rizar el rizo, un museo puede registrarse en múltiples dominios de Internet.

Por ello, los servicios denominados «portal», «índice», o «referencia» (o «arañas», según la jerga de los especialistas) han proporcionado, hasta ahora, instrumentos básicos para localizar los recursos en línea, de acuerdo a criterios variables, a menudo poco estructurados. En el caso que nos ocupa, se podría llevar a cabo una búsqueda de los recursos que contuviesen referencias a las palabras «*scooter*», «Liverpool» y «museo». Si el servicio de portal que está siendo utilizado posee algún registro del museo en cuestión, es muy probable que acabe por revelar su URL. El problema es que una búsqueda más amplia de museos vinculados a las motocicletas *scooter* puede fácilmente dar lugar a una cantidad enorme de referencias inútiles. A pesar de todo, la mayoría de los usuarios determina muy pronto unos cuantos servicios de portal favoritos, entre los servicios disponibles, y aprende a aplicar estrategias razonables de búsqueda en sus bases de datos.

Existen varias medidas básicas que la comunidad de museos podría adoptar para mejorar esta situación. En este artículo mencionaremos unas cuantas, pero

© UNESCO 2000

teniendo en cuenta que ninguna de ellas excluye a las demás. Una medida sería ofrecer un amplio apoyo a un único servicio de portal, o al menos a un número claramente especializado de estos servicios, y asegurar que sus bases de datos contuviesen información fidedigna, completa y actualizada sobre todo el sector. Esto, a su vez, requeriría un esfuerzo concentrado en dos actividades: la primera sería el registro diligente de todos los recursos en línea de museos, y la segunda, la preparación de páginas Web de una manera tal que permitiesen la indexación significativa de sus contenidos.

Otra posibilidad sería que la comunidad de museos se pusiese de acuerdo para ofrecer su apoyo a uno de los servicios de directorios citados anteriormente. Como último ejemplo, aunque de ningún modo se trate del único dispositivo digno de ser tenido en cuenta, merecería la pena explorar el potencial del DNS para proporcionar un grado más preciso de identidad sectorial.

Para ser realmente útil, cualquier directorio más grande necesitará al menos algún grado de estructura jerárquica. Ello permitiría que la búsqueda se iniciase a un nivel más amplio y que luego se centrara en los aspectos más específicos. Una vez más, al igual que en el caso de las guías telefónicas, sería necesario estructurar los directorios de museos según criterios geográficos y temáticos. Si se lo publicase impreso, ello exigiría una publicación diferente para cada criterio. La ventaja fundamental de un directorio en línea es que el usuario puede realizar búsquedas aplicando simultáneamente múltiples criterios por ejemplo, para localizar todos los museos de bellas artes en los países de la costa del Pacífico.

Es muy poco probable que un único organismo pueda recopilar fielmente toda la información necesaria para crear un repertorio mundial de museos sin contar con una red mundial de colaboradores. Las personas encargadas de mantener el nivel más alto del directorio podrían delegar su responsabilidad y autoridad en los responsables del siguiente nivel jerárquico quienes, a su vez, delegarían la autoridad para el mantenimiento del nivel siguiente y así sucesivamente. Es evidente que una empresa de este tipo exige un marco administrativo acorde de alcance mundial.

Esta propuesta se basa en la noción de aquello que, en la jerga de Internet, se denominaría una «raíz» organizativa autorizada única, que permitiría un punto único de acceso al sistema de directorios, por muy compleja que fuese la estructura en su conjunto. Pero los problemas surgen cuando varias organizaciones mantienen directorios similares, cada uno con su propia «raíz». Si sólo existen unos cuantos servicios de este tipo, el usuario no



Una visita a las páginas museísticas de la Biblioteca Virtual (VLmp – Virtual Library museums pages) relativas a España, nos lleva hasta el Museo de Navarra, donde el visitante puede hojear las páginas en alemán, francés, inglés y euskera, además de castellano.

Reservados todos los derechos

© UNESCO 2000

tendrá dificultad en consultar cada uno de ellos. Si hay muchas alternativas, será mucho más difícil explorarlas de forma exhaustiva. Todo esto se complica con la posibilidad de que diferentes directorios proporcionen información contradictoria.

El papel del ICOM

Las actividades destinadas a consolidar la identidad de la comunidad de museos en la Red podrían beneficiarse – si no hacerse totalmente dependientes – de algún tipo de centro en el cual se delegue, de común acuerdo, la función de coordinación. Varias organizaciones oficiales, pertenecientes al sector de los museos, han adoptado medidas propias y concertadas para desarrollar los servicios en línea. Cualquiera de estos organismos o esfuerzos colectivos puede servir de punto de referencia para las actividades analizadas en este artículo. Desde el punto de vista de la UNESCO, los esfuerzos del Consejo Internacional de Museos (ICOM) merecen una atención especial. Además, el ICOM es la única de las grandes organizaciones de museos que está establecida según criterios multinacionales claramente definidos. Dado que inició sus actividades hace más de cincuenta años, es además el organismo más antiguo en este ámbito.

El ICOM empezó a establecer su identidad colectiva en la Web en 1994, lo que dio lugar a la presentación tanto de las actividades de la Secretaría central del ICOM como de las actividades llevadas a cabo por los comités nacionales e internacionales de dicho organismo. Durante el año siguiente, el sitio Web del ICOM se convirtió en un recurso en línea bien establecido. Como era de esperar, contenía información general sobre la organización, muchos de sus documentos básicos y el calendario de las actividades que organizaba. Además de estos servicios habituales, ofrecía enlaces con los sitios mantenidos independientemente por muchos de los comités, y se creó una entrada de la Web a los archivos de la lista de distribución de correo electrónico, ICOM-L, así como a algunas otras listas mantenidas por los comités. (El establecimiento de servicios basados en el uso del correo electrónico fue anterior a la participación del ICOM en la Web, y sigue siendo un aspecto importante de la presencia más amplia de la organización en Internet).

Dado que el ICOM se dirigía a un público repartido mundialmente, los embotellamientos en las telecomunicaciones de la red intercontinental se convirtieron pronto en un problema. Por consiguiente, el servidor Web central del ICOM tuvo que ser «reflejado» en lugares estratégicos del mundo entero. De ello surgió un sentimiento de orgullo por haber establecido una plataforma distribuida y realmente mundial para el sitio Web del ICOM. Además de eliminar gran parte de la exasperación que puede surgir cuando se recupera material de sitios lejanos, los sitios espejo proporcionaron ventajas inesperadas. En primer lugar, podemos citar un sentido acentuado de la participación internacional en el desarrollo de la presencia del ICOM en la Red. Así por ejemplo, los encargados del sitio espejo en el Japón se encargaron de la elaboración de una versión en japonés que permitiría que los documentos del ICOM estuviesen al alcance de un público más amplio que el que hubiera sido posible captar mediante una acción promovida por la oficina general en Europa. (Por lo demás, el sitio Web del ICOM es bilingüe, es decir, accesible en inglés y francés, las lenguas oficiales de la organización).

Además, se hizo hincapié en el proceso de internacionalización de los recursos del sitio Web del ICOM, gracias a la creación de servicios de albergue para las

© UNESCO 2000

páginas museísticas de la Biblioteca Virtual (VLmp – Virtual Library museums pages). Virtual Library (Biblioteca Virtual) fue el primer servicio de repertorios con direcciones URL que gozó de una amplia difusión. Su sección dedicada a los museos creció tanto que alcanzó el punto en que su fundador, Johathan Bowe, de la Universidad de Reading, no fue capaz de asegurar su mantenimiento. Se necesitaba un mecanismo capaz de obtener y actualizar continuamente la información sobre los sitios Web de todos los museos del mundo y era evidente que esta tarea sólo podría ser llevada a cabo por las fuentes situadas en cada región registrada en el repertorio. Los Comités Nacionales del ICOM aparecían como los proveedores potenciales ideales de esa información y, de este modo, se inició la participación del ICOM en las VLmp.

Desde le momento de escribir estas líneas (mediados de marzo de 1999), habrá que pasar del confortable relato de hechos históricos a la intrincada tarea de predecir el futuro. Mucho de lo que se dice en este artículo no es sino una fotografía de algo que puede o no haberse convertido en realidad cuando sea leído. (El estado, en la actualidad o en cualquier otro momento, del servicio Web del ICOM puede comprobarse con una visita a: www.icom.org/).

Desde hace un tiempo se viene intentando suscitar el interés de los Comités Nacionales del ICOM por mantener las VLmp, pero estos esfuerzos todavía no han dado fruto. Mientras tanto, otras organizaciones de museos y los servicios de portal especializados han elaborado listas bastante extensas sobre los recursos en este ámbito. Cada una de estas iniciativas puede ser extremadamente valiosa en sí misma, pero sería lamentable que sus enfoques divergentes originaran una reducción de la calidad de la información al alcance de los usuarios de la Red. Así, un cierto grado de fragmentación de un directorio sectorial no representaría demasiados problemas, e incluso podría conllevar ciertas ventajas. Sin embargo, llevado a un extremo fácilmente imaginable, el resultado final sería la imposibilidad de realizar búsquedas exhaustivas o, incluso, adecuadas de información relativa a este campo.

Por consiguiente, el ICOM investiga los medios para proporcionar una fuente fiable de información sobre museos de forma que sea útil para los encargados del mantenimiento de servicios de portal más elaborados. Desde esta perspectiva, la cuestión fundamental no es la identidad de la organización que consiga los favores del público como presentadora de información en la materia, sino el trabajo mucho menos reconocido de asegurar que la información en sí sea fiable. A este respecto, el ICOM sigue siendo el único organismo con potencial para proporcionar dicha fiabilidad. Además del desarrollo de las VLmp en su forma anterior, también se están planteando nuevos medios para convertir el registro de VLmp en un recurso central para otros instrumentos de presentación.

Aunque se podrían exponer otros ejemplos de esta actividad, sólo describiremos brevemente uno de ellos a modo de conclusión. Durante algún tiempo, en 1997, pareció posible crear un dominio Internet de nivel superior, dedicado exclusivamente a los museos. Inmediatamente, se tomaron las medidas necesarias para asegurar que el ICOM participase en la administración de ese nuevo dominio «museum». Más tarde, el debate central sobre la expansión del DNS fue aplazado hasta una fecha indeterminada, pero el ICOM está preparado para formar parte de nuevas iniciativas cuando se presente el momento oportuno. Así, si la comunidad de museos estableciera una identidad colectiva dentro del DNS, habría echado raíces, literalmente, en las propias bases de Internet. ■

© UNESCO 2000

Creación de un sitio Web nacional: la experiencia canadiense

Wendy A. Thomas

Canadá, un país bilingüe con una red de museos e instituciones del patrimonio cultural muy moderna y repartida por todo su territorio, se ha situado a la cabeza de la tecnología de la información y de la utilización de Internet. La famosa Canadian Heritage Information Network (Red Canadiense de Información sobre el Patrimonio) – CHIN – fue la primera en aplicar el concepto de «entrada», un sitio Web que guía confortablemente a los usuarios hacia su destino final, proporcionándoles de paso una rica gama de visitas colaterales que abarcan un vasto despliegue de información. Wendy A. Thomas es Jefe de Proyectos de los Programas Profesionales de la CHIN en Ottawa, y está encargada de las relaciones con las asociaciones de museos provinciales y las redes regionales canadienses. Editora de Heritage Forum, *una revista en línea para profesionales, ha participado en las actividades de investigación y desarrollo para la* Guide to Canadian Museums and Galleries *(Guía de museos y galerías canadienses) y para* Artefacts Canada *(inventarios nacionales del Canadá relativos a humanidades, ciencias naturales y yacimientos arqueológicos), y ha investigado la terminología relacionada con el proyecto Objetos Religiosos del Acuerdo entre Francia y Canadá.*

Inventarios nacionales de millones de documentos de las colecciones de los museos canadienses, una guía de más de 2.200 museos nacionales, bases de datos de investigación y referencia, exposiciones virtuales, documentación para profesionales, etc., son el fruto de decenios de colaboración dentro de la comunidad canadiense e internacional encargada del patrimonio. La CHIN ha apoyado, introducido y hecho accesible esta información en Internet.

Gracias a la creación de un sitio en la Web que hace de entrada nacional, la CHIN, los museos miembros de ella y otros colaboradores han logrado abordar numerosos problemas y retos. La CHIN posee más de 27 años de experiencia en el fomento del desarrollo y el acceso electrónico a la información sobre el patrimonio, no sólo por hallarse a la cabeza en la tecnología de la información, sino también por su atención a las necesidades de la comunidad. Los temas abordados concretamente en este artículo comprenden las comunicaciones, las normas en materia de documentación, la disparidad de dimensiones, tipos de colección y niveles de automatización, el acceso bilingüe, la cooperación efectiva, los servicios y la gestión de la propiedad intelectual.

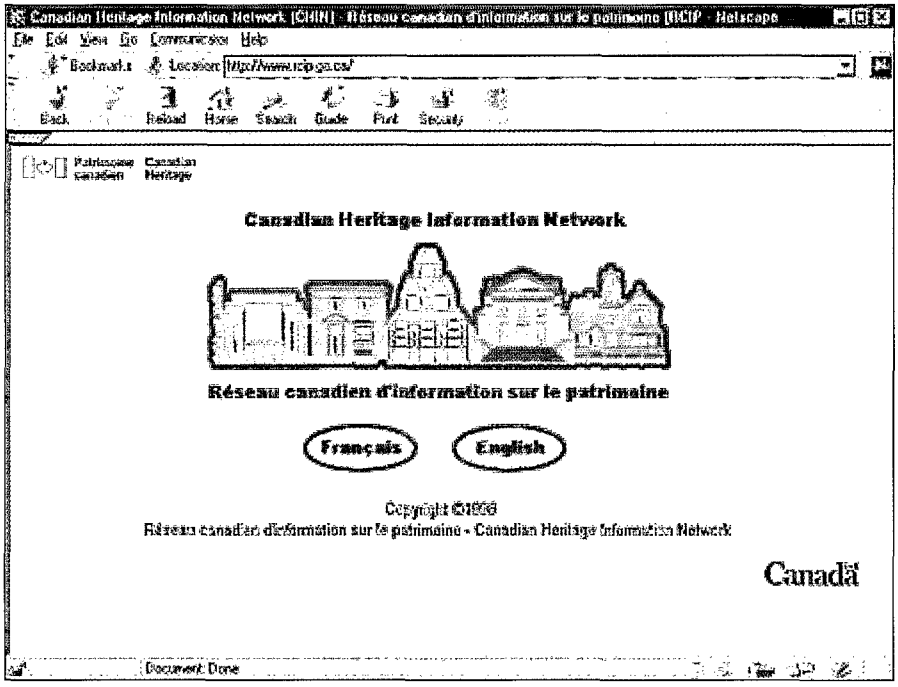
La Red Canadiense de Información sobre el Patrimonio es un organismo del Ministerio Federal del Patrimonio Canadiense. Fue fundada en 1972 con el nombre de National Inventory Programme (NIP) – Programa del Inventario Nacional –, como respuesta a la Convención de la UNESCO sobre las Medidas que deben Adoptarse para Prohibir e Impedir la Importación, la Exportación y la Transferencia de Propiedad Ilícitas de Bienes Culturales, de la que Canadá fue uno de los primeros signatarios. Su mandato consiste en crear inventarios nacionales del patrimonio cultural y natural canadiense, facilitar el aprovechamiento compartido de la información sobre colecciones, promover el acceso a bases de datos de referencia internacionales y nacionales, efectuar actividades de investigación y desarrollo aplicadas en el campo de las normas en materia de información y tecnología, y asesorar a los museos y los profesionales del patrimonio sobre todas estas cuestiones.

La CHIN tiene por misión asegurar el acceso efectivo a la información sobre el patrimonio canadiense e internacional con miras a educar y deleitar al público, así como beneficiar colectivamente a los museos canadienses. La creación de una única entrada nacional a la Web que permita a los profesionales y al público en general aprovechar de manera eficiente los recursos electrónicos, requiere la organización y la gestión de grandes cantidades de información y el acceso a ellas, así como una percepción del futuro.

Existen en Canadá más de 2.200 museos, repartidos en diez provincias y tres territorios. Dado que su población asciende a unos 30 millones de personas, que viven en centros poblados muy distantes unos de otros, la existencia de comunicaciones y actividades en colaboración efectivas ha sido un factor decisivo para crear una comunidad sólida. El Canadá posee una asociación nacional de museos y once asociaciones provinciales o territoriales. Cinco de ellas cuentan con redes regionales que mantienen una estrecha colaboración con la CHIN para atender las necesidades de sus miembros – en tecnología de la información – y participar en las iniciativas que coordina la CHIN.

El sitio Web de la CHIN (www.chin.gc.ca), inaugurado en otoño de 1995, no fue la primera forma de acceso electrónico a la numerosa documentación que contiene. Los Inventarios Nacionales

Reservados todos los derechos



Página inicial de la CHIN. El sitio Web existe desde 1995 y puede ser consultado en francés e inglés.

del Canadá de humanidades, ciencias naturales y yacimientos arqueológicos (recientemente rebautizados como Artefacts Canada) estuvieron disponibles anteriormente mediante la conexión directa con el ordenador principal de la CHIN, desde finales del decenio de 1970. Los Inventarios Nacionales fueron concebidos en colaboración con los creadores de la información. Diversos grupos de trabajo nacionales fueron los encargados de buscar la participación y el consenso necesarios para que la información correspondiese fielmente con la visión de los colaboradores. En 1987, se mejoraron los inventarios al agregar la Conservation Information Network (Red de Información para la Conservación), formada por bases de datos sobre bibliografía, materiales y proveedores, y por otras bases de datos de referencia con información sobre el patrimonio.

Así pues, lo que empezó como un proyecto de inventario para documentar e informatizar los registros de las colecciones, se ha convertido en un conjunto exhaustivo de recursos documentales destinado a profesionales y al público interesado. Los proveedores de los contenidos dedican su tiempo y su esfuerzo a ofrecer al público materiales útiles y pertinentes. La CHIN ha coordinado y apoyado muchas de las iniciativas, actuando como intermediaria entre los socios y respaldando un acceso eficaz al fruto de su labor.

La Red Canadiense de Información sobre el Patrimonio ha estado siempre a la cabeza de la aplicación de la tecnología de la información en los museos. Durante los años ochenta, la CHIN y sus asociados de los museos canadienses ensayaron y evaluaron las nuevas tecnologías para indagar las posibilidades que ofrecía la ampliación del acceso al saber y a las imágenes de las colecciones de los museos. Se produjeron varios discos compactos de lectura simple (CD-ROM) y discos compactos interactivos (CD-I), lo que proporcionó a los participantes experiencia acerca de esas tecnologías.

A principios de 1995, ante las necesidades expuestas en reuniones con directores de museos canadienses, la CHIN centró su actividad en la investigación de las posibilidades que ofrecía Internet. Gracias a la interfaz simplificada para los usuarios de la Web, al lenguaje de marcado de hipertexto (HTML), y al acceso mucho más fácil, Internet se reveló como un medio de proporcionar información recopilada en colaboración y de atraer a un público nuevo.

Problemas y retos

Aunque se había acumulado una gran documentación y los museos se habían comprometido a compartir su información, la ampliación del acceso para el público mundial originó varios problemas, tanto a la CHIN como a los museos. El primero fue el de las comunicaciones. La extensión geográfica de Canadá ha representado una ventaja y un inconveniente para la creación de un sitio Web nacional, pues las reuniones presenciales entrañan viajes que cuestan tiempo y dinero, y las diferentes regiones tienen preocupaciones propias en lo tocante a la financiación y al idioma, así como distintos mandatos y prioridades de los gobiernos provinciales. Sin embargo, lo que en

© UNESCO 2000

un principio representaba inconvenientes condujo, en poco tiempo, a la explotación de la tecnología de las comunicaciones para crear otras formas de trabajo en equipo. En un primer momento, los Inventarios Nacionales establecieron la idea de que la colaboración en la creación de contenidos sería de gran utilidad para la investigación, la planificación de exposiciones y la gestión de las colecciones. Gracias al correo electrónico que la CHIN puso a su disposición, los profesionales de los museos pudieron comunicarse con eficacia a través de largas distancias en una época en la que el fax no existía y las llamadas telefónicas a larga distancia eran demasiado caras.

En la actualidad, más de 400 museos canadienses contribuyen activamente al nuevo recurso informativo elaborado en colaboración, la Guía de los Museos y Galerías Canadienses, y este número aumenta constantemente. La Guía se fusionará con el Directorio Oficial de la Asociación de los Museos Canadienses (CMA) con el fin de obtener una visión panorámica exhaustiva. Cerca de 135 museos exponen en Artefacts Canada los registros de sus colecciones, que representan el 90% de los bienes en propiedad de los museos canadienses. La tecnología de las comunicaciones y de la información permiten a los museos contribuir y actualizar directamente sus datos en línea y gracias a la protección del acceso mediante contraseña sólo los colaboradores autorizados pueden manejar los datos. La CHIN ofrece, igualmente, un servicio de orientación para los usuarios.

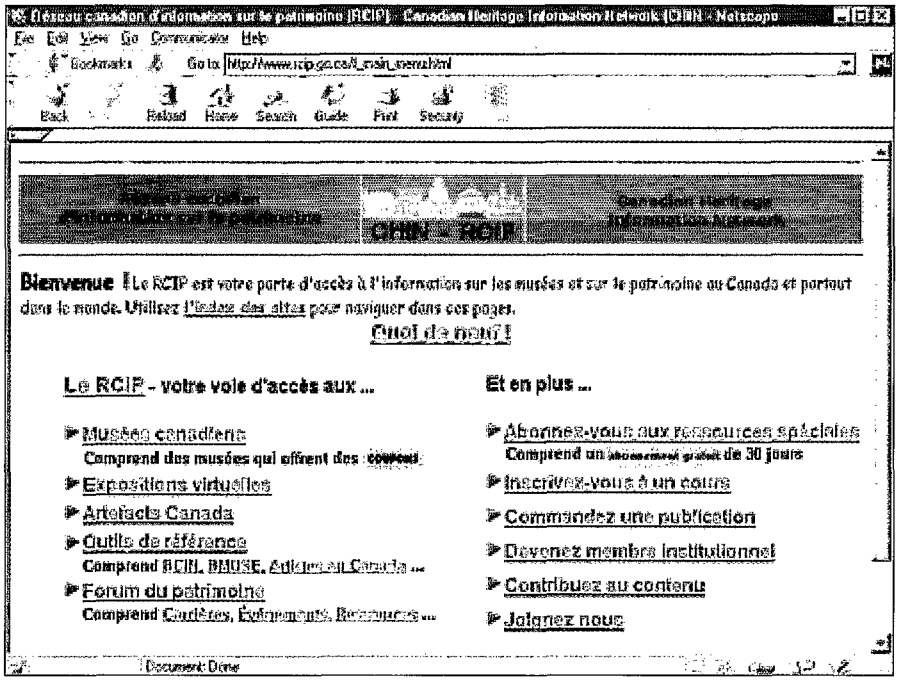
En cuanto a los contactos personales con los profesionales del mundo de los museos, la CHIN participa asiduamente en las reuniones y teleconferencias de las asociaciones de museos y lleva a cabo visitas *in situ* que permiten a los profesionales recibir directamente información sobre los distintos tipos de recursos en línea en los que pueden participar. A esto sigue la experiencia práctica de sentarse frente a un ordenador y aportar, por primera vez, información institucional y datos sobre sus colecciones a la Guía o a Artefacts Canada. De este modo, la CHIN puede comprender mejor las necesidades de la comunidad y fomentar una colaboración que no sólo enriquece los recursos sino que, además, amplía el acceso de la comunidad.

Permanentemente, se debe afrontar el doble reto de establecer estándares de documentación y tecnología. La tarea de los miembros de la CHIN, repartidos por disciplinas a principios de los años ochenta, ha dado lugar a diccionarios de datos y pautas para normas de documentación que han facilitado el trabajo de los catalogadores, los que registran los datos y los investigadores. Estas publicaciones están disponibles en el sitio Web de la CHIN y en material impreso.

Gracias a estrategias de búsqueda avanzadas, los creadores de sistemas encontraron formas de disminuir la dependencia de coincidencias exactas entre términos. Mediante la colaboración entre la CHIN y el fondo J. Paul Getty Trust, se instaló en Artefacts Canada el catálogo *Art and Architecture Thesaurus* (Nueva York, Oxford University Press, 1994) como un método de búsqueda. Este tesauro funciona en segundo plano para ampliar la búsqueda, a fin de que abarque no sólo el término escrito en el recuadro de búsqueda, sino también sinónimos, variantes ortográficas, equivalentes en francés y términos más concretos. Así, por ejemplo, si escribimos «madera» no sólo obtendremos los archivos en los que la palabra «madera» aparece como material, sino también aquellos en los que figuran los diferentes tipos de madera utilizados: arce, ébano, teca, etc.

© UNESCO 2000

Reservados todos los derechos



Página del menú principal de la CHIN, en francés.

La CHIN también participa en el consorcio para el intercambio de información museística mediante computadoras (Consortium for the Computer Interchange of Muscum Information – CIMI), cuyo objetivo es resolver los problemas de normas que plantean los textos completos, las imágenes y, posiblemente, los materiales audiovisuales que constituyen cada vez más el material narrativo o temático de la información sobre los museos. El CIMI está elaborando normas para gestionar esta información y buscarla entre los diferentes soportes físicos y lógicos del entorno de una base de datos distribuida. Entre los proyectos de prototipos y bancos de pruebas, se encuentran el lenguaje estandarizado de marcado generalalizado (Standardized Generalized Markup Language SGML), un perfil Z39.50 (norma de protocolos de búsqueda de información para la comunidad de museos y bibliotecas) para la información museística, y la aplicación de Dublin Core (una norma consistente en una serie de elementos que describen la información electrónica) para los contenidos de los museos. La CHIN puede ofrecer sus conocimientos especializados y una gran cantidad de datos con el fin de conseguir resultados válidos para estas pruebas.

Conexión en línea

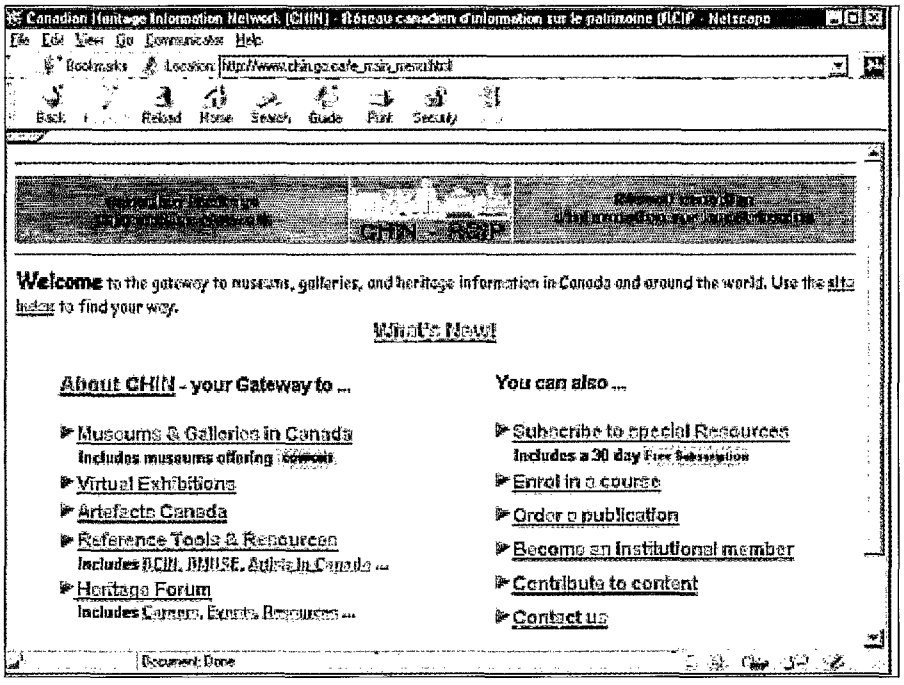
Dentro de la comunidad de museos canadienses existen niveles muy distintos de informatización y conexión a la Web. Sin embargo, recursos informativos como la Guía y Artefacts Canada han abordado y respaldado de varias formas la inclusión de museos de todo tipo, sin tener en cuenta su nivel de informatización. Desde los años setenta, los museos más avanzados desde el punto de vista tecnológico han sido incluidos en los servicios y productos de la CHIN y se les sigue prestando apoyo continuo por medio de productos en línea como el Collections Management Software Review (Análisis de soportes lógicos para la gestión de colecciones), un estudio en profundidad de 21 programas informáticos de gestión de colecciones que tiene por finalidad ayudar a los museos y galerías a determinar los productos que mejor satisfagan sus necesidades. El comité de análisis estuvo formado por directores de museos de todo el Canadá en condiciones de estudiar personalmente los productos. Asimismo, la CHIN ha lanzado recientemente un curso en línea, Collections Management Software Selection (selección de soportes lógicos para la gestión de las colecciones), que abarca la planificación, preparación del presupuesto, identificación de necesidades, conversión de datos, determinación de criterios y la aplicación del sistema.

Con el fin de dotar a los museos de los medios necesarios para explorar Internet y participar en las iniciativas basadas en la Web, la CHIN financia cuentas en Internet y la formación sobre su explotación. Ante la necesidad de racionalizar la aportación de datos, debido a problemas de personal y presupuesto, la CHIN, gracias a los avances tecnológicos, ha logrado elaborar métodos de entrada de datos y formatos de transferencia de archivos en línea que son compatibles con un gran número de aplicaciones informáticas. Como resultado de esta iniciativa, la CHIN ha constatado, recientemente, un aumento significativo del número de contribuyentes a Artefacts Canada.

Los museos no informatizados también pueden participar como miembros de la CHIN en productos como la Guía de los Museos y Galerías Canadienses. Cuando un museo firma su adhesión a la CHIN, se le atribuye un nombre de usuario y una contraseña que puede utilizar desde cualquier punto de acceso a Internet (por ejemplo, desde una biblioteca, escuela o casa). Para introducir (o actualizar) información sobre el museo y sus colecciones, el personal del museo sólo tiene que visitar el sitio Web de la

© UNESCO 2000

Reservados todos los derechos



Página del menú principal de la CHIN, en inglés.

CHIN, seleccionar el formulario de entrada de datos en línea e indicar su nombre y contraseña de usuario. Este procedimiento permite que los museos no informatizados puedan formar parte de la colectividad de museos canadienses en Internet.

Los proyectos de exposiciones virtuales también comprenden museos con distintos grados de informatización. Gracias a un acuerdo con el Ministerio Federal de Recursos Humanos, la CHIN administra fondos para cursillistas – jóvenes licenciados – contratados por los museos como ayudantes para la preparación de exposiciones virtuales en colaboración. Si un museo no dispone de la tecnología necesaria para ofrecer imágenes y otros contenidos digitalizados, la labor se hace en otro lugar. Los licenciados tienen la posibilidad de participar en el campo dinámico de los nuevos medios de comunicación y de contribuir a transmitir, de manera perdurable, un legado puesto al alcance del público de todo el mundo. Estas exposiciones son albergadas en el sitio Web de la CHIN.

Acceso bilingüe

En cuanto organismo federal y puerta de acceso a la información, la CHIN promueve activamente el acceso bilingüe a la documentación depositada en su sitio Web. Los idiomas oficiales del Canadá son el inglés y el francés, pero se trata de un país en el que ciertas regiones son de habla predominantemente inglesa, otras predominantemente francesa y otras bilingües. Los contenidos aportados a la Web reflejan estas variaciones. La gigantesca cantidad de datos aportados – millones de registros de objetos, miles de listas bibliográficas, cientos de entradas de la Guía – impide traducirlos, pero se puede consultar el sitio Web de la CHIN tanto en inglés como en francés, aunque los contenidos en sí están en la lengua de redacción original. Las exposiciones virtuales que patrocina la CHIN se elaboran en ambos idiomas oficiales y, en los casos de colaboración internacional, también en otras lenguas.

Dado que la CHIN trabaja con sus miembros y con interlocutores internacionales, está llevando a cabo un proyecto consistente en proporcionar términos franceses que correspondan a los términos ingleses más frecuentes de Artefact Canada. En la primera etapa de este proyecto, se emparejaron 2.600 términos franceses equivalentes a otros tantos en inglés, y se instaló una función, basada en el Art and Architecture Thesaurus, que, a partir de una búsqueda en una lengua, permite encontrar sus equivalentes en ambos idiomas (por ejemplo, si se busca «peinture», se encontrarán todas las menciones a «peinture» y «painting»). En la siguiente etapa para encontrar más equivalencias, la CHIN colabora con el departamento de traducción del Gobierno Federal y su base de datos *lingüísticos denominada* Termiun (www.translationbureau.gc.ca/termium1.htm), en inglés y (www.translationbureau.gc.ca/term-1f.htm), en francés. Otros proyectos internacionales, como el relativo a los Objetos Religiosos o el Grupo de Trabajo sobre Terminología Internacional, tienen por objeto ampliar aún más la capacidad de ofrecer un acceso bilingüe.

Programas federales de becas y organismos federales como la CHIN han respaldado la documentación y la informatización de datos sobre colecciones desde 1972. Los museos documentaban las colecciones, la CHIN proporcionaba la entrada de datos, el servicio a los clientes y el acceso electrónico, y todos los asociados trabajaban en equipo para elaborar normas en materia de documentación, basadas en disciplinas o materias. Estos años de trabajo en común han generado no sólo un marco propicio para aventurarse en las nuevas tecnologías, sino también una confianza mutua, que constituye la base de un contenido cooperativo.

En un principio, la CHIN comenzó con un pequeño sitio Web que contenía prototipos de productos basados en la Web y futuros servicios. Los mecanismos de búsqueda de los Inventarios Nacionales

© UNESCO 2000

solían parecerse a los formatos de conexión directa que resultaban familiares a los usuarios habituales. Un prototipo de la Guía de los Museos y Galerías Canadienses comenzó con cinco museos, que proporcionaron el contenido y las imágenes que la CHIN se encargó de digitalizar. El objetivo de los prototipos era ensayar la tecnología, mostrar el potencial del medio, ayudar a los museos a conseguir experiencia con Internet y conocer el nuevo público en potencia. La cuestión de presentar los museos en sitios Web fue abordada desde una perspectiva a largo plazo. Desde 1972, los museos son dueños y administradores de sus datos institucionales. A su vez, la CHIN posee los conocimientos técnicos necesarios para organizar un acceso eficaz a la información que aquéllos producen.

A medida que los museos crean sus propios sitios en la Web, se conectan a la Guía de los Museos y Galerías Canadienses. El control de los museos sobre sus propios datos y su experiencia cada vez mayor en materia de elaboración de contenidos para la Web están de acuerdo con la idea de la CHIN de crear un acceso integrado a los recursos compartimentados. Gracias a un acuerdo con el Consejo Internacional de Museos (ICOM), la CHIN alberga la Lista Virtual de los sitios Web de los museos canadienses, vinculada con la lista internacional (www.icom.org./vlmp/world.html).

Las asociaciones de museos provinciales y las redes regionales trabajan en estrecha colaboración con la CHIN para crear una documentación nacional. Aunque la CHIN no es un organismo federal de financiación, está facultada para firmar acuerdos contractuales con las asociaciones y redes a fin de respaldar la instalación de cuentas en Internet y cursos de formación – o impartir directamente la formación – para sus nuevos miembros. De esta forma, todos los participantes se benefician: los museos reciben cuentas en Internet y una formación a cargo del personal de las redes que está familiarizado con sus necesidades particulares (con un tiempo de espera mínimo) y pueden empezar a hacer aportaciones inmediatas a la Guía y a Artefacts Canada. Las redes regionales reciben apoyo para su misión de desarrollo permanente. Al coordinar estas iniciativas, la CHIN cumple su mandato de proporcionar un acceso eficaz a la información sobre el patrimonio cultural canadiense e internacional.

La protección de la propiedad intelectual

Los primeros proyectos sobre licencias para sitios Web de museos educativos, CD-ROM y CD-1, hicieron posible que la CHIN se adentrara en el tema y empezara a elaborar pautas para la digitalización. En las etapas iniciales del sitio Web, la CHIN digitalizó unas cuantas imágenes aportadas por los museos para el prototipo de la Guía de los museos y Galerías Canadienses. Desde entonces, se han creado procedimientos en línea destinados a que los museos puedan ofrecer textos e imágenes, lo que ha llevado al primer plano las cuestiones relativas a la gestión y la protección de la propiedad intelectual.

La CHIN ha producido varias publicaciones, que se pueden consultar en su sitio Web, sobre cuestiones relativas a la gestión y la protección de las imágenes en la Web, y ha elaborado una lista de control que identifica y analiza los temas clave que deben contemplarse en un acuerdo de licencia entre un museo y un posible asociado que desea utilizar imágenes o información para crear un producto comercial. También se han elaborado modelos de contratos, basados en la publicación *Sample CD-ROM Licensing Agreements for Museums*, redactada por MUSE Educational Media, en consulta con abogados y museos representativos de los Estados Unidos, y adaptada a la legislación canadiense. Otros estudios examinan las medidas técnicas adecuadas para proteger las imágenes digitales y las exigencias del mercado acerca de la propiedad intelectual de los museos. Los museos participantes colaboran en los estudios y aportan su propia experiencia para trazar las líneas directrices de las «prácticas idóneas».

Desde la creación de documentación e información hasta la administración de datos para enriquecer el contenido y ampliar el acceso, la CHIN ha abordado exitosamente numerosas tareas gracias a la colaboración permanente con sus asociados nacionales e internacionales. La CHIN anticipa una convergencia de recursos complementarios procedentes de museos, bibliotecas, archivos y otras instituciones, que profundizará el contenido y ofrecerá a los usuarios un acceso integrado en línea a recursos separados por grandes distancias en el mundo real. Asimismo, está desarrollando conceptos que permitirán a los investigadores realizar búsquedas polifacéticas, que correspondan a sus necesidades y estilos personales. Los resultados procederán de múltiples recursos distribuidos y se presentarán de tal forma que ofrezcan la información más significativa.

Para el futuro, se prevé crear una pasarela de acceso aún más inteligente que permita al usuario manipular los datos y elaborar nuevas historias sobre el patrimonio. ■

Agradecimiento. La autora desea expresar su gratitud por sus consejos y sugerencias a Lyn Elliot Sherwood, Directora General de la CHIN, y a Patricia Young, Directora de Programas Profesionales de la CHIN.

© UNESCO 2000

La interactividad alcanza la madurez: los museos y la Red Mundial

David Bearman y Jennifer Trant

Con la rapidez que caracteriza al fenómeno de Internet en su conjunto, la Conferencia Internacional sobre Museos y la Web, que abrió nuevos caminos cuando se celebró por primera vez en 1997, ya se ha convertido en un acontecimiento anual de gran importancia en el mundo de los museos. Los copresidentes de la Conferencia de 1999, pioneros en este nuevo campo, describen la forma en que los ponentes percibían las transformaciones actuales. David Bearman, Presidente de Archives & Museum Informatics, es consultor de gestión de la información de instituciones relacionadas con el patrimonio cultural en todo el mundo. Desde 1991, ha organizado y presidido las conferencias semestrales del International Cultural Heritage Information Meeting (ICHIM) y es autor de más 125 libros y artículos sobre cuestiones relacionadas con la gestión de la información de museos y archivos. Jennifer Trant es miembro de Archives & Museum Informatics y también fue copresidenta de ICHIM99. Trabaja como directora ejecutiva del Art Museum Image Consortium (AMICO), y como redactora de Archives and Museum Informatics, la publicación trimestral sobre informática y patrimonio cultural de Kluwer Academic Publishers. Forma parte del comité del programa de la conferencia Digital Libraries de 1999 y de la junta del Media and Technology Committee de la American Association of Museums.

En la primavera de 1997, cuando la World Wide Web daba sus primeros pasos y los museos estudiaban la posibilidad de usarla para sus fines, Archives & Museum Informatics[1] organizó la primera Conferencia Internacional sobre Museos y la Web en Los Ángeles. Participaron unos 400 profesionales de 25 países. Durante tres días apasionantes, presentaron centenares de posibles aplicaciones de la Web. La información al respecto se encuentra en www.archimuse.com/mw97 y en las actas publicadas. En la primavera de 1998, éstos y otros especialistas volvieron a reunirse en Toronto, con el fin de estudiar el panorama en rápida evolución de Internet y evaluar mutuamente sus investigaciones (www.archimuse.com/mw98). En marzo de 1999, se celebró la tercera Conferencia Internacional sobre Museos y la Web en Nueva Orleans (MW99), (véase www.archimuse.com/mw99).

Este panorama resumido tiene la ventaja de reflejar una sucesión de momentos que no volverán a producirse y de fijar una imagen que corremos el riesgo de olvidar a medida que los cambios borren los detalles con el paso del tiempo. Por ello, hemos decidido examinar las ponencias de la Conferencia sobre Museos y la Web de 1999 a fin de responder a la pregunta acerca de cómo la World Wide Web está transformando los museos y comprender los desafíos a los que éstos se enfrentan en relación con la necesidad de crear una programación virtual.[2]

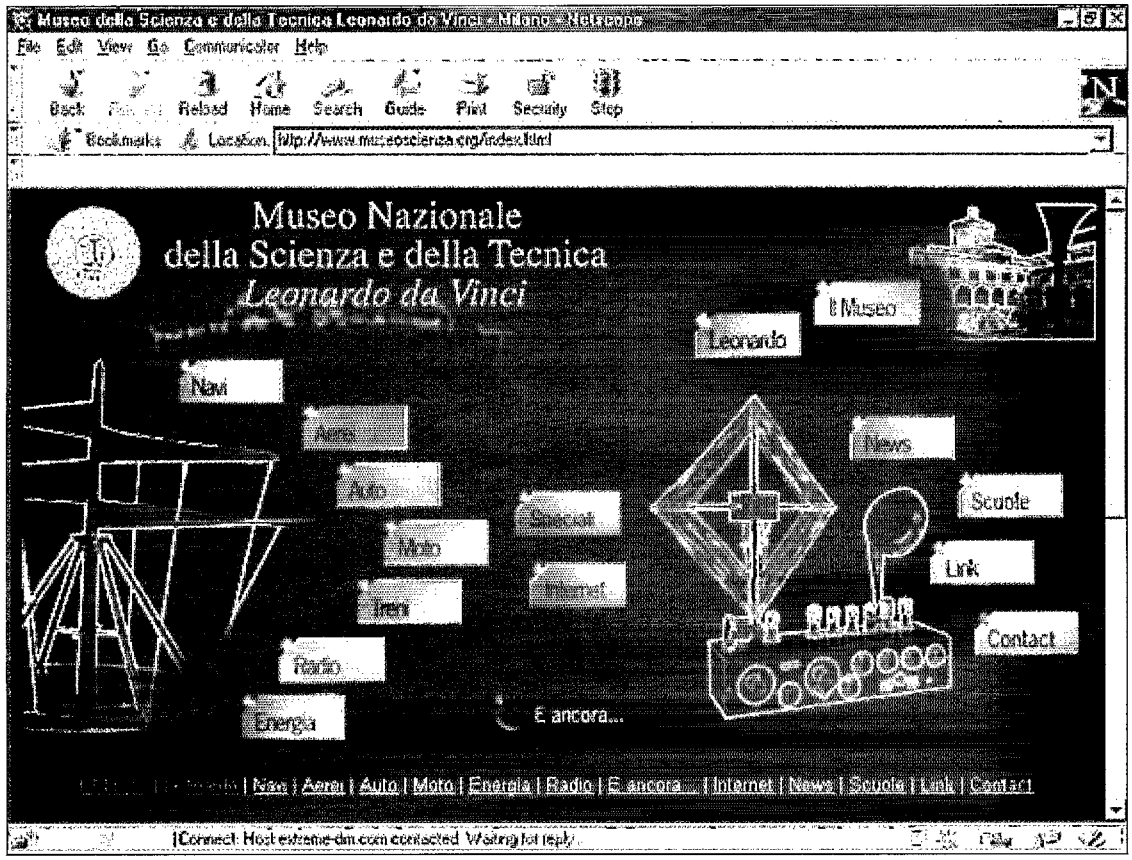
Abrirse a la sociedad

Los niños de cinco años interactúan con el mundo de una forma mucho más intensa y activa, pero también más predecible y constructiva que los niños más pequeños. Parece que la World Wide Web, tras cinco años de existencia,[3] está evolucionando de forma similar. Efectivamente, si hubo un tema recurrente en la Conferencia de 1999 sobre Museos y la Web, éste fue el de la interacción. En su intervención inaugural, Peter Walsh, Director de información y relaciones con las instituciones del Davis Museum and Cultural Center del Wellesley College, Massachusetts, se refirió a la forma en que la interacción con el mundo virtual condiciona incluso nuestra forma de percibir el mundo «real». A lo largo de la conferencia, los principales diseñadores de nuevos sitios Web para museos señalaron que se dedicaban a dar forma a la interacción entre las personas y los objetos virtuales, entre las personas que visitan espacios virtuales y entre las personas y los sistemas, de forma que respondan a su curiosidad humana que no tiene nada de algorítmica. La demanda de interacción se alimenta de los descubrimientos en el campo de la evaluación de las experiencias de los visitantes de los sitios Web de primera generación, y está impulsando la reconstrucción de los sitios principales de segunda (y tercera) generación en todo el mundo. Así pues, la Web, en cuanto mundo dinámico, interactivo y virtual, implica nuevas relaciones sociales, nuevas comunidades y nuevas funciones y normas.

Cada vez es más evidente que la World Wide Web es un medio de comunicación diferente de todos los que la han precedido, ya que los medios escritos y audiovisuales y los hipermedia de publicación fija[4] sólo permiten una comunicación unidireccional. La interacción social en la Web modificará nuestra concepción del mundo real y nuestra forma de actuar en él.

Es asimismo evidente que la cuasi ubicuidad de Internet y de la Web, prevista para dentro de una década, puede ser realidad incluso antes. La velocidad de expansión de esta tecnología no tiene precedentes. Las nuevas oportunidades económicas derivadas de la publicidad y de la venta en la Web dan lugar a ofertas

Reservados todos los derechos



Página inicial del Museo Nacional de Ciencia y Tecnología Leonardo da Vinci de Milán, Italia. El sitio también es accesible en inglés.

de acceso gratuito a la Red, que, a su vez, aumentan el público de aquellos para quienes el mundo de la Web es una extensión del mundo cotidiano. (Por ejemplo, el número de subscriptores de Freeserve durante el primer mes, en que ofreció acceso gratuito a Internet en el Reino Unido, dobló al que AOL había logrado en varios años).

Dada la seguridad de que las personas de todo el mundo tendrán acceso a la Web, todas las instituciones de nuestra sociedad deben asumir el reto de encontrar nuevas formas de autorrepresentación y de realización de programas en el mundo virtual. El hecho de que los museos estén respondiendo tan adecuada, profunda y hábilmente como el mundo comercial es realmente apasionante. Por una vez, podemos constatar que la creatividad y los conocimientos procedentes de las instituciones culturales colaboran con las personas que innovan en el terreno de lo académico y de lo técnico para definir las fronteras mismas de la novedad en la Web.

Escapar de la máquina

Sentarse frente a la pantalla, escribir con el teclado y estar conectado ha sido una experiencia solitaria. El éxito del correo electrónico y la fulminante expansión de los foros de discusión sugieren el deseo reprimido de una relación más social en el ciberespacio, que la Web no ha podido proporcionar durante los primeros años de su existencia. En la actualidad, podemos observar cómo funcionará Internet dentro de un tiempo y por qué transformará la realidad. En la MW99, un equipo de investigadores del Instituto Politécnico de Milán, junto con sus colegas del Museo de Ciencia y Tecnología Leonardo da Vinci, mostraron una nueva dimensión profunda del mundo virtual en la Web: experiencias compartidas de la visita a un museo virtual. Todavía es difícil concebir el impacto revolucionario que tendrá la posibilidad de que familias dispersas, guías expertos y visitantes interesados de todo el mundo, profesores y alumnos, puedan visitar juntos un lugar remoto gracias a la Web, sin necesidad de gafas ni guantes especiales.

La radical supresión de la computadora se hace evidente en el trabajo de Slavko Milekic (Hampshire College, Estados Unidos), que pone al alcance de los niños la pantalla de la computadora, convirtiéndola en un tablero para dibujar y apuntar con el dedo, con una pantalla táctil; también desarrolla programas que responden de forma diferenciada, acorde con las capacidades físicas de sus usuarios. Al eliminar la interfaz del teclado y situar la interfaz visual en el centro social, se logra que la interacción sea visceral o verbal en lugar de simbólica o textual, permitiendo así que la interacción del computador con los museos quede al alcance de los niños que aún no saben escribir y de los adultos minusválidos, y se convierta en una actividad social. De este modo, se logra «socializar» la pantalla del computador.

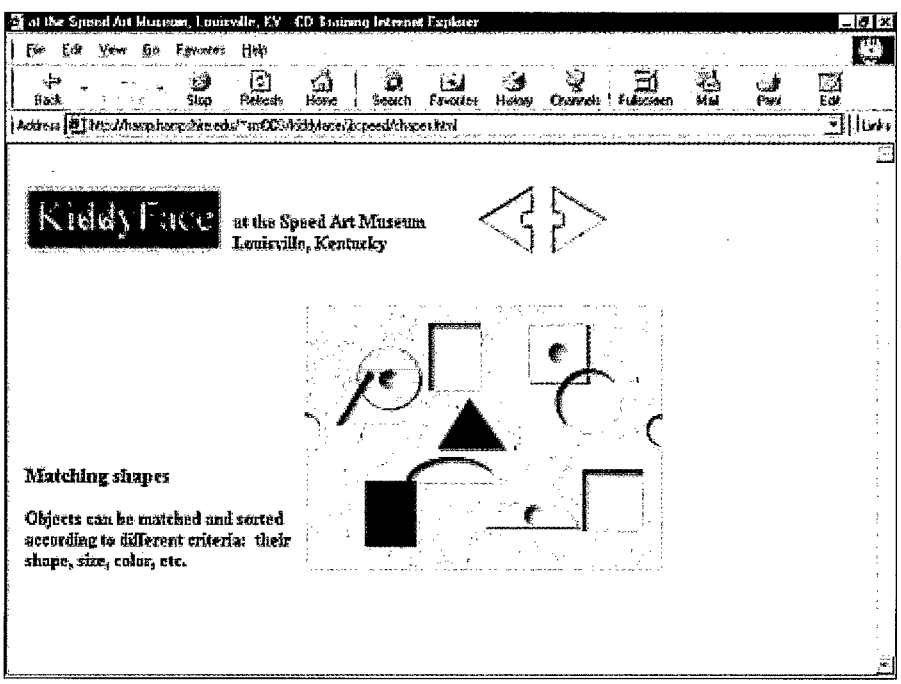
Sin embargo, usar y experimentar la Web de forma interactiva no es suficiente. Los objetos y el medio que encontramos en el mundo virtual deben esperar nuestra reacción, responder a nuestra interacción y estar personalizados y conectados con nosotros por medio de nuestra relación con ellos. Las experiencias «Virtual Menorah», diseñadas por Susan Hazan y sus colegas del Museo de Israel, se extienden a las aulas y las casas, es decir, al mundo «real» y, a su vez, el mundo real se retroalimenta en el mundo virtual. En el Holocaust Memorial Museum de Washington D.C., Arnold Kramer y David Klevan lanzan a los visitantes al mundo virtual y los hacen inter-

actuar consigo mismos, en el papel de personas virtuales que son los propios visitantes y que, a su vez, son los representantes de personajes históricos cuyas vidas están viviendo. En el Museo de la Persona de São Paulo, Brasil, la Web proporciona el espacio en que los visitantes crean el museo mismo, registrando sus propias vidas.

Los métodos de búsqueda de información del tipo «rellenar los espacios en blanco» o «buscar la palabra clave = Finlandia» se han vuelto anticuados en el mundo de la sociedad virtual, y su utilización se limita al mundo real de los cajeros automáticos y los catálogos de las bibliotecas. En los sitios Web experimentales que Steven Kimbrough y Garett Dworman de la Universidad de Pennsylvania, y Chuck Patch de la Historic New Orleans Collection están creando para esta última institución, encontramos sistemas que pueden responder a preguntas complejas acerca de por qué el mundo aparece tal como es, o qué significa el que hechos constatados previamente formen parte de un contexto particular, interrelacionado y complejo. En el abundante contexto de imágenes sonoras y animadas de la Biblioteca George Bush, para la que Dion Goh y John Leggett, de la Texas A & M University, diseñaron interfaces Web, no existen textos ASCII que representen los ricos multimedia a través de los cuales se realiza la búsqueda de fragmentos de texto. Es necesario investigar nuevas metáforas y nuevos métodos de recuperación de información.

La interactividad y la capacidad de observar en detalle la forma en que las personas se relacionan con los mundos virtuales que hemos creado nos incita a reflexionar sobre los métodos para evaluar sistemáticamente las experiencias virtuales y predecir el resultado de diversas estrategias de diseño. Según el análisis sobre cómo evaluar la utilización de la Biblioteca de los multimedia de patrimonio cultural creada por el Art Museum Image Consortium (AMICO), elaborado por Lynne Teather y Kelly Wilhelm, del Museum Studies Program de la Universidad de Toronto, los criterios de éxito dependen de las razones de los usuarios para visitar el sitio. Dado que estos motivos son completamente diferentes, nuestros parámetros también deben serlo. Sin embargo, debería haber formas de anticipar opciones de diseño que contribuyan a la diversión, el aprendizaje y la relación, o interfieran con ellos. El grupo de investigación dirigido por Franca Garzotto en Milán muestra precisamente este tipo de diseño basado en la evaluación de una gama muy amplia de procedimientos interactivos multimedia. Así, cuando concebimos un sitio Web que se ajusta a estos criterios, nuestros sistemas deben poder adaptarse o adaptar, tal como sugirieron Fabio Paterno y Cristiano Mancini en las inter-

KiddyFace, concebido y desarrollado por Slavko Milekic, consiste en un entorno digital basado en una pantalla táctil que permite una interacción más natural y eficiente entre los niños pequeños (de más de dos años) y los ordenadores. Forma parte del sitio Web del Speed Art Museum de Louisville, Kentucky (EE UU).



Reservados todos los derechos

© UNESCO 2000

Reservados todos los derechos

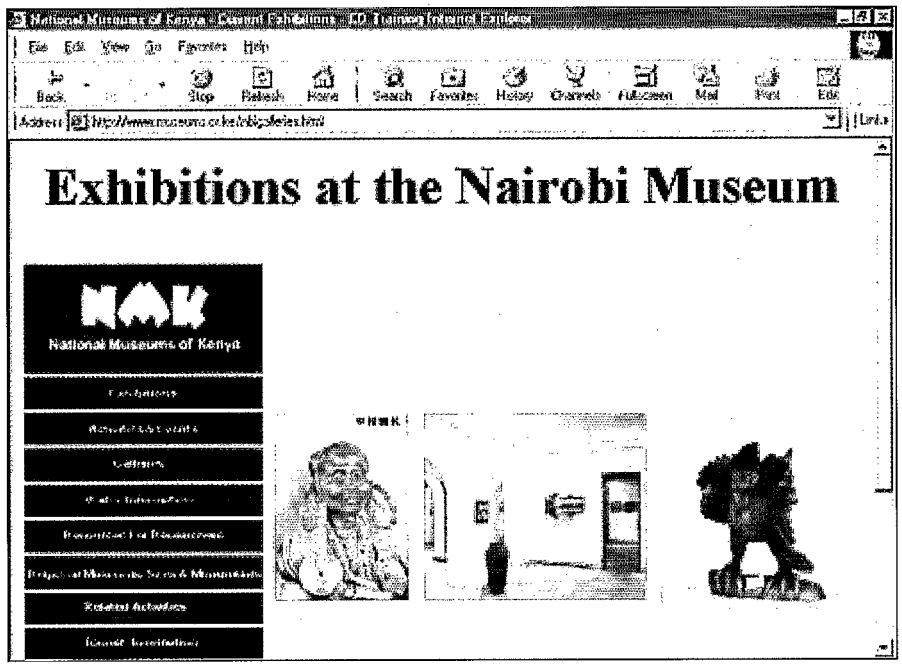
faces que han creado para el Museo del Mármol en Carrara, Italia.

En un mundo donde los cambios de las metáforas de presentación son tan rápidos y donde las expectativas de interactividad, por parte de los usuarios, son cada vez mayores, aunque los museos sólo lleven cinco años creando sitios Web, estos sitios ya resultan anticuados. Rehacer un sitio significa reinterpretar el museo real y el museo virtual, reinventar la experiencia virtual en el contexto de programas reales en proceso de evolución, y resituar el museo en el panorama de rápidos cambios en que se desarrollan los sitios Web. De acuerdo con Riikka Haapalainen, de la Galería Nacional Finlandesa, y Sarah Kenderdine de Australian Museums Online (AMOL), el proceso de reconstrucción supone un momento crítico para que los empleados del museo descubran su propia representación en la Web. La representación del museo ofrece una oportunidad para que todos los empleados se comprometan, lo que amplía el sentimiento de propiedad del museo virtual que afecta tanto al responsable del sitio y su equipo como al personal encargado de su mantenimiento.

Evolución de las relaciones sociales de producción y de distribución

El objetivo fundamental es crear y administrar programas dinámicos tanto para el museo virtual como para el real. No obstante, concebir nuevas vías con el fin de que los visitantes tengan muchas formas de disfrutar, aprender y relacionarse en el museo en línea, da lugar a otro imperativo equivalente en relación con los nuevos métodos de trabajo. Según lo expuesto por Paul Marty, Director de tecnología de la información en el Museo Spurlock de la Universidad de Illinois, nuevas tecnologías sociales y de la información están haciendo su aparición en la vida cotidiana de los museos. Por tanto, es de esperar que, con el tiempo, estos procesos asistidos por tecnologías integradas incrementen su frecuencia y su presencia. Para dar a conocer los programas de los museos virtuales será necesario el tipo de promoción descrita por Giuliano Gaia, director del Museo Leonardo da Vinci. Asimismo, mantener una gran variedad de ofertas para los diferentes públicos y los diferentes fondos de los museos supondrá cada vez más el tipo de colaboración y la gama de programas a que hace referencia C. Olivia Frost, de la School of Information de la Universidad de Michigan.

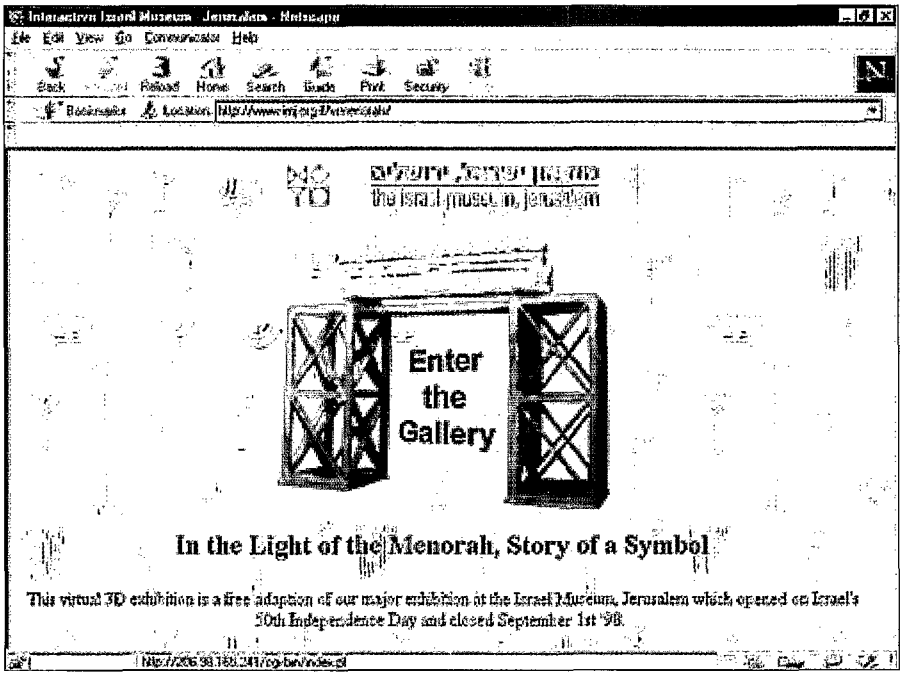
Del mismo modo, tal y como hemos llegado esperar, todas estas actividades afectan al contrato social expresado en las leyes sobre derecho de autor en todo el mundo. Las presiones para ampliar los anteriores criterios de comportamiento admisible dentro de ámbitos nuevos y completamente distintos de los anteriores representan un desafío para nuestra sociedad. En efecto, según el informe para la Unión Europea de Graham Cornish, director de la sección de derecho de autor de la Biblioteca Británica, nuestros sistemas se ven sometidos a la



«Dada la certeza de que las personas de todo el mundo tendrán acceso a la Web, todas las instituciones de nuestra sociedad deben asumir este reto». Arriba, la página inicial del sitio Web de los Museos Nacionales de Kenya.

© UNESCO 2000

Reservados todos los derechos



In the Light of the Menorah, *una exposición virtual tridimensional del Museo de Israel, Jerusalén.*

tensión derivada de esta divergencia de criterios. Cabe esperar que los museos, en su calidad de poseedores de información única, organizaciones gubernamentales y sin fines lucrativos dedicadas a la educación del público, y como instituciones frágiles con necesidad de respaldo económico, se esforzarán por encontrar un equilibrio entre la voluntad de proporcionar un acceso gratuito al patrimonio cultural y la necesidad de hallar métodos de autofinanciación, a fin de poder sufragar la representación en el mundo virtual de los objetos bajo su tutela de forma adecuada e interesante.

En la actualidad, es posible vislumbrar las líneas generales de la personalidad que presentarán los museos en la World Wide Web: están surgiendo espacios virtuales donde los visitantes pueden percibir las imágenes, los sonidos y, a la larga, también la sensación de los objetos culturales, e interactuar entre sí y con los expertos a medida que lleguen a comprender y a apreciar esa cultura. Estamos creando espacios en los que los miembros de nuevos grupos sociales pueden compartir experiencias, información y el placer de descubrir, y en los que el museo puede dar lugar a relaciones permanentes con visitantes lejanos.

La programación paralela en el espacio virtual no será fácil ni barata, pero la posibilidad de atraer a millones de visitantes de culturas distantes resultará irresistible. Para que las experiencias que creamos sean tan atractivas como las posibilidades que ofrecen, tendremos que facilitar el acceso al espacio virtual y proporcionar inteligencia a los objetos virtuales, con el fin de que nuestros visitantes puedan interactuar con nosotros y con los objetos que constituyen nuestras diversas colecciones. ■

Notas

1. Archives & Museum Informatics ofrece intercambios profesionales y formación a especialistas en información de archivos y museos de todo el mundo, por medio de conferencias, talleres, seminarios, revistas, monografías y servicios de asesoría.
2. Todas las ponencias citadas en este artículo se presentaron durante Conferencia sobre los Museos y la Web 1999. Están disponibles en: http://www.archimuse.com/mw99/ y han sido publicadas por Archives & Museum Informatics (2008 Murray Ave, Suite D, Pittsburgh PA, 15217 EE.UU.; fax: +1-412-422-8594) como parte de *Conference Proceedings* (Actas de la Conferencia) (libro y CD, 50 dólares estadounidenses). Las Actas de años precedentes también están disponibles.
3. El autor toma como fecha de nacimiento de la World Wide Web el mes de septiembre de 1993, cuando el navegador Mosaic logró una difusión amplia y cuando, por primera vez, los profesionales de los museos lograron acceso a la tecnología http y www.
4. Integración de texto, imágenes, sonido, gráficos, animación y vídeo por medio de hipervínculos – Ed.

© UNESCO 2000

La coordinación de los museos en línea

Maxwell L. Anderson

El enfoque «aislacionista», adoptado por numerosos museos en relación con sus sitios Web, está en total contradicción con las posibilidades que ofrece la World Wide Web para conectar los museos entre sí y con sus usuarios finales, a fin de divulgar una riqueza inconmensurable de información y saber. Los museos de arte se han puesto a la cabeza del desarrollo de las relaciones interinstitucionales de colaboración con el fin de utilizarlas para dar un mejor servicio a la comunidad profesional y al gran público, y Maxwell L. Anderson es una de las figuras centrales de este movimiento. Tras ejercer como director del Museo Michael C. Carlos (Atlanta) de 1987 a 1995 y de la Galería de Arte de Ontario (Toronto) entre 1995 y 1998, fue nombrado director del Museo Whitney de Arte Americano en septiembre de 1998. Pionero en la aplicación de nuevas tecnologías en los museos, el autor ha dictado numerosas conferencias y escrito numerosos artículos sobre temas que van desde el derecho internacional del arte hasta la arquitectura museística y ha sido profesor en las universidades de Princeton y Roma.

En 1993, la invención del navegador Mosaic revolucionó Internet, transformando lo que hasta entonces era una mera reserva textual de saber científico en un medio de comunicación mundial sin parangón en la historia de la humanidad. Una red mundial instantánea con muy pocas limitaciones, que ha empezado a modificar un sinnúmero de actividades, del periodismo a la mercadotecnia, pasando por el ocio, los viajes, la educación y, potencialmente, casi todo lo que tenga que ver con imágenes o sonido.

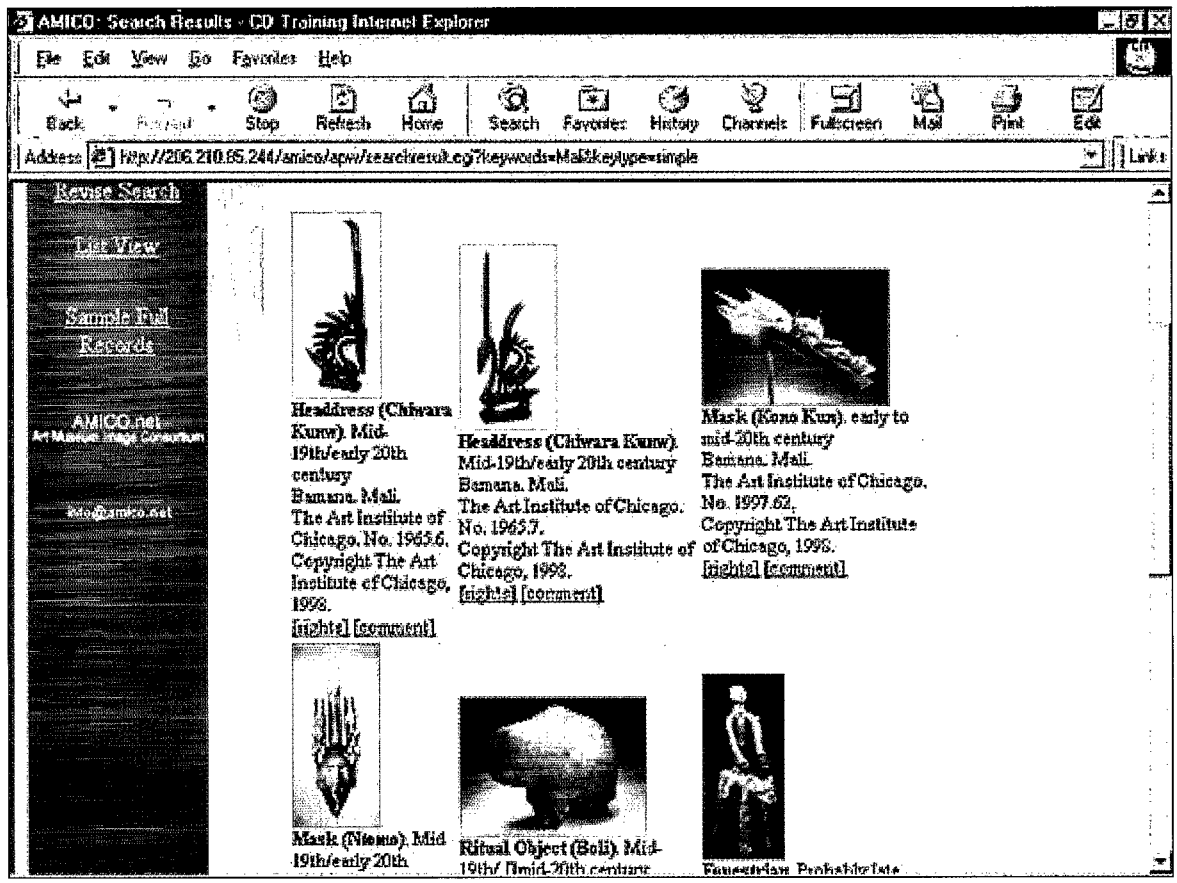
Muchos museos aprovecharon con relativa rapidez la oportunidad de elaborar su propio sitio Web, y los que todavía no lo han hecho no dudan de que algún día tendrán que hacerlo. En general, los que poseen un sitio Web pasan apuros para mantenerlo al día, manejar el flujo de mensajes electrónicos, que puede convertirse fácilmente en inundación, o sacar provecho de las posibilidades que ofrece el comercio electrónico.

No cabe duda de que un sitio Web puede resultar beneficioso para un museo. Además de ofrecer acceso permanente a un tipo de información que el público suele solicitar por teléfono, fax o correo electrónico (lo que exigía antes que el personal dedicara parte de su tiempo a responder a esas solicitudes), un sitio Web puede ayudar a rentabilizar el presupuesto de comercialización e incluso sustituir algunas de las actividades de promoción. No sólo puede convertirse en un espacio de comunicación u ofrecer listas de actividades que de otro modo acarrearían gastos periódicos de impresión y correo, sino que constituye, sobre todo, una ventana abierta al mundo entero con un costo mínimo.

Sin embargo, un sitio Web también puede convertirse en poco más que el equivalente de un anuncio en las páginas amarillas: teóricamente útil, desde luego, pero sin ninguna garantía de que alguien se conecte alguna vez. Dado el gran número de museos que poseen páginas Web, su carácter novedoso ha desaparecido. De ahí que ya no resulte especialmente fructífero lanzarse a la búsqueda de un sitio Web concreto, a menos que esté uno planeando un viaje, haciendo una investigación o buscando información general. Los resultados de tales búsquedas son, en el mejor de los casos, irregulares, dado que la mayoría de los sitios museísticos de la Web son deficientes con respecto a su contenido informativo. Y aun cuando un hipotético usuario buscara información que pudiera figurar en la dirección Internet de un museo, preferiría hallarla organizada de forma más adecuada y predecible que la que proponen los miles de sitios Web de museos, algunos pródigos y complejos, pero otros apenas más surtidos que un tablón de anuncios.

Desde que Jonathan Bowen emprendió su novedoso trabajo de seguimiento de cientos de sitios Web de museos y de creación de vínculos entre ellos, el número de sitios ha crecido exponencialmente, complicando su labor sobremanera. Cada sitio refleja en mayor o menor medida el carácter de la institución de la que es el escaparate, pero lo que es invariable es que cada museo se considera como una entidad independiente, al igual que lo son sus actividades cotidianas, exceptuando las exposiciones organizadas en colaboración con algún otro establecimiento. Esa mentalidad «aislacionista» sobrevive a pesar de que el carácter único de la Web se deriva justamente de la posibilidad de conectar los museos entre sí y conectarlos, a su vez, con el usuario final, en vez de basarse en enlaces hacia miles de páginas Web desperdigadas, de modo similar al utilizado para ordenar los números en las páginas amarillas por categorías, o a la manera en que los operadores telefónicos conectan,

Reservados todos los derechos



Una simple búsqueda en la biblioteca del Art Museum Image Consortium (AMICO) utilizando la palabra «Malí» dio como resultado once obras de arte, ordenadas por el nombre del autor y la fecha de su creación.

sin esfuerzo aparente, a la persona solicitante con el número del destinatario final deseado.

Al igual que la mayoría de las consultas a muchos sitios comerciales se realizan a través de «portales» como Yahoo, Lycos, Infoseek y otros sitios que depuran la información, posibilitan la búsqueda y ofrecen al usuario un repertorio de soluciones, los sitios de los museos necesitan organizarse en esos mismos términos. La existencia de enlaces es, por supuesto, un rasgo necesario de la navegación por Internet, pero la explosión de sitios Web y la subsiguiente desaparición de miles de ellos por falta de mantenimiento ha hecho tanto o más necesaria la posibilidad de búsqueda avanzada por palabras clave. Es más, los museos están perdiendo una ocasión de crear y organizar la información de modo coherente para que la búsqueda sea una actividad menos frustrante y más fructífera.

Ahora que el comercio electrónico es una realidad establecida, salen a relucir las posibilidades comerciales que ofrece la información organizada reticularmente frente a los sitios Web aislados. El turismo y la venta a distancia son los primeros territorios conquistados. En lugar de esperar que el usuario compare precios y ventajas saltando de la página Web de una compañía aérea a otra, varios sitios dedicados a los viajes, como expedia.com y travelocity.com, organizan, a partir de innumerables fuentes, programas de viaje

© UNESCO 2000

hechos a la medida del consumidor. Análogamente, amazon.com y barnesandnoble.com presentan catálogos de todos los libros que tienen a la venta, de forma que el consumidor puede buscar en esos catálogos en vez de consultar las editoriales una a una.

La comunidad museística tiene una excelente oportunidad para organizarse en la Web siguiendo un patrón similar. Museos de ciencia, parques zoológicos, museos de historia, sitios históricos, museos de historia natural, museos de arte y demás tipos de museos saldrían ganando si se organizaran en consorcios, lo que además redundaría en beneficio del turismo, la enseñanza, la formación profesional y otros muchos sectores.

Los museos de arte en primera línea

En los principales museos de arte de todo el mundo se empieza a comprender las posibilidades que entraña la colaboración a través de Internet gracias a un proyecto que se inició, hace ahora tres años, con el título de Red de Museos de Arte (Art Museum Network: AMN) (amn.org). Esta red depende de la Asociación de Directores de Museos de Arte (AAMD), la más antigua y respetada asociación norteamericana de profesionales de museos (a la que únicamente es posible afiliarse por invitación). La AMN es un consorcio sin fines lucrativos que canaliza los recursos informativos de los grandes museos de arte en beneficio del público y de los propios museos, elaborando sistemas que reúnen la información de sus 200 miembros norteamericanos y casi 40 de los principales museos del resto del mundo, del Hermitage (Rusia) al Museo Británico y del Museo Nacional de Estocolmo al Museo de Israel. Así, cada museo puede facilitar cotidianamente a la AMN información actualizada. De esta manera, la AMN representa una iniciativa editorial independiente que organiza esa información y permite realizar búsquedas en dos ámbitos: el turismo y la educación.

La Red de Museos de Arte crea y mantiene sitios Web de utilidad para la comunidad museística y su público, entre ellos los sitios públicos excalendar.net, amico.net y aamd.net, así como algunos otros de uso privado y acceso reservado a los miembros de la asociación y otros importantes museos de arte de todo el mundo. Cada sitio Web, concebido para albergar contenidos específicos que respondan a la demanda de un público concreto, presenta características propias de diseño, que serán descritas sucintamente a continuación.

Excalendar.net contiene un programa de exposiciones interrogable, actualizado casi cada minuto, que se nutre de la información que introducen a distancia más de 150 de los más destacados museos de arte del mundo. Cada museo dispone de una contraseña privada que le permite mantener al día su programa, alimentando automáticamente una base de datos en la que el usuario final puede realizar búsquedas de acuerdo a cualquier combinación de título, tema, fecha, palabra clave, ciudad o museo.

El sitio Web público de la principal biblioteca de arte en línea, Art Museum Image Consortium, Inc. (amico.net), promueve la biblioteca comercializable, un servicio actualmente a disposición de cientos de miles de estudiantes y de las facultades de cerca de 25 universidades norteamericanas y una europea, que permite también al usuario realizar búsquedas entre las decenas de miles de imágenes en miniatura ordenadas por nombre del artista, título, fecha, institución o palabras clave, cada una de ellas vinculada con el correspondiente titular de sus derechos por si algún usuario tuviese interés en adquirir una licencia de comercialización. La AMN posee también

© UNESCO 2000

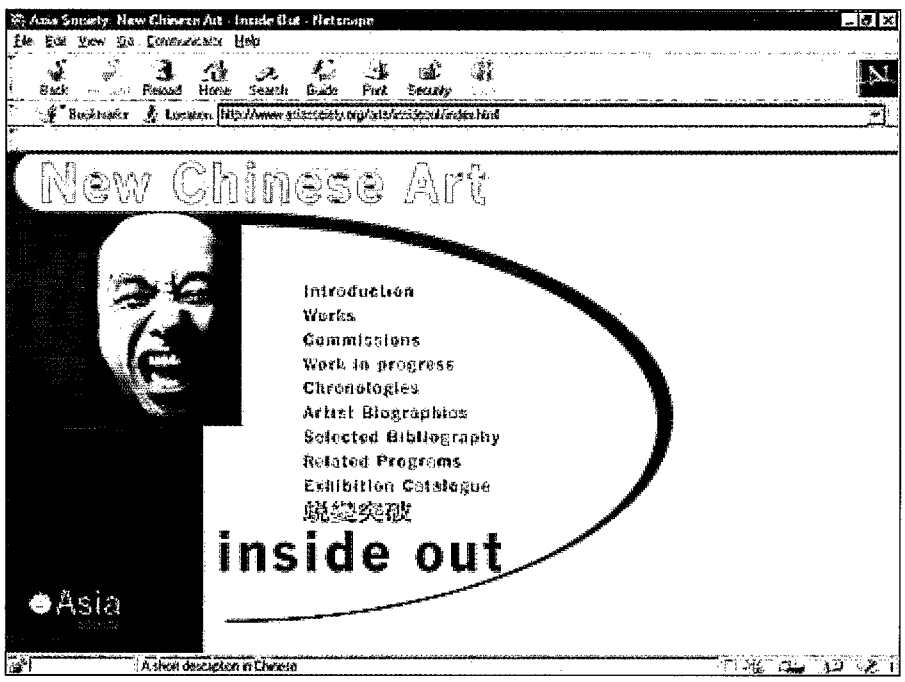
un sitio Web privado, accesible con contraseña, que sirve para mantener informados a los miembros del consorcio de la marcha del proyecto.

El sitio Web público de la Asociación de Directores de Museos de Arte, aamd.net, da acceso a información y publicaciones de la asociación dirigidas al gran público. Por otra parte, un sitio Web privado, accesible con contraseña, permite a la asociación comunicarse de distintas formas con sus afiliados, y a éstos mantener contactos sí y con las oficinas de Nueva York y Washington.

La Red de Museos de Arte tiene grandes esperanzas de cara al futuro. Canalizando a través de excalendar.net información autorizada y continuamente actualizada sobre grandes exposiciones y facilitando más adelante la venta en línea de entradas para esas exposiciones, la AMN aspira a convertirse en una baza indispensable para el turismo, el sector económico más pujante del mundo. La AMN aspira además a convertirse, gracias a amico.net, en una biblioteca cada vez más nutrida de imágenes, textos y fragmentos audiovisuales que documenten las principales obras de arte del mundo en beneficio de estudiantes y otras personas deseosas de aprender. En un momento en que la televisión, el vídeo y el ordenador empiezan a confundirse en un mismo dispositivo, la AMN pretende también actuar como centro de difusión televisiva, con emisiones temáticas de vídeo y en directo que presenten las actividades diarias de los museos más destacados del mundo; desde la inauguración de exposiciones hasta nuevas adquisiciones, pasando por proyectos de nuevos locales o visitas guiadas entre bastidores; por ejemplo, por los almacenes o los laboratorios de conservación. La AMN estudia actualmente las posibilidades que ofrece la creación de una publicación de arte en línea destinada a estudiosos del mundo entero.

La financiación de la Red de Museos de Arte proviene de fondos del Museo Whitney de Arte Americano, que la alberga, así como de la ayuda generosa de Intel Corporation, la Asociación de Directores de Museos de Arte (AAMD), Art Museum Image Consortium, Inc. y de otras fuentes, que incluyen donativos de particulares. Además de la obligación de obtener la aprobación del Consejo de la AAMD para toda actividad que pueda generar ingresos, la AMN depende del Comité de Tecnología de la Información y la Comunicación de la AAMD para dictar orientaciones generales y aprobar la elaboración de contenidos.

La consulta de la lista de miembros de AMICO conduce a los sitios Web de más de 25 museos. En la imagen, exposición en línea de la Asia Society Gallery de Nueva York.



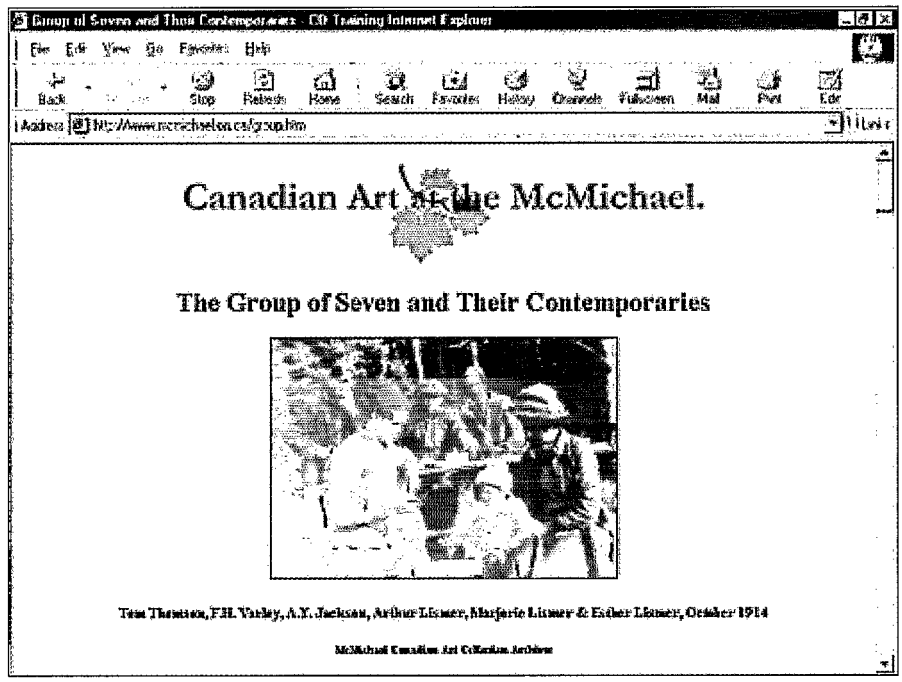
La consecución de objetivos concretos

La Red de Museos de Arte constituye, efectivamente, una ambiciosa iniciativa de colaboración interinstitucional para lograr diversos objetivos. La mayoría de

Reservados todos los derechos

© UNESCO 2000

Reservados todos los derechos



Una búsqueda en excalendar.net utilizando la palabra clave «Canadá» llevó a esta exposición de artistas canadienses en la McMichael Canadian Art Collection de Kleinburg, Ontario.

ellos pueden hacerse extensivos a todo el sector de los museos, y valdrían por lo tanto para otros consorcios del mismo tipo formados por museos distintos:

- *Proporcionar instrumentos útiles para el progreso de la educación.* Con el lanzamiento de AMICO (Art Museum Image Consortium), Consorcio de Imágenes de Museos de Arte, la AMN se dedica a fomentar la dimensión educativa de los principales museos de arte. La fase siguiente que abordará la AMN, en cuanto a la elaboración de contenidos, es la de iniciar experimentos de aprendizaje a distancia para permitir que el usuario final pueda aprovechar al máximo las posibilidades de aprender que ofrecen, no sólo cada uno de los museos, sino también los esfuerzos combinados de los departamentos de pedagogía y nuevos medios de todo el continente y, en último término, de todo el planeta.
- *Mejorar la accesibilidad.* En un momento en que los museos de arte buscan una mayor apertura al público, su capacidad para llegar a una audiencia potencial cada vez más conectada a las redes se incrementará sustancialmente una vez que posean un dispositivo central de fácil uso y consulta. Este dispositivo, que no es otro que la AMN, debe reflejar la multiplicidad de los objetivos que animan a sus miembros y permitir que cualquier usuario, de cualquier procedencia, explote a fondo las posibilidades que ofrece la información agregada de los centenares de museos que la integran.
- *Promover los museos y abogar en su favor.* A pesar de que el turismo es la mayor industria del mundo y que los museos desempeñan un papel principal en esta industria, la inmensa mayoría de los políticos, dirigentes empresariales y del público en general, no es consciente de la repercusión local que puede tener un museo ni de los temas relevantes para los museos. La AMN puede ayudar a explicar la necesidad de fondos públicos para financiar las artes, la importancia de la historia del arte en la educación, los elevados costos de conservación de las obras de arte, el papel económico de los museos – puesto de manifiesto en numerosas y contrastadas estadísticas – y los beneficios que los museos aportan a las comunidades en su entorno. La AMN, en suma, quiere dar a conocer las ventajas propias de los museos de arte para diversos sectores de la sociedad.
- *Afluencia creciente.* Al igual que las diapositivas, postales y carteles que reproducen obras de arte famosas han incitado a generaciones de alumnos de secundaria y miembros del gran público a visitar museos de arte, la difusión de imágenes e información digitales sobre obras de arte no dejará de estimular a futuros visitantes. Igualmente importante es que la progresiva saciedad de experiencias «virtuales» en la vida cotidiana se traducirá probablemente en un creciente interés por lo auténtico, máxime cuando se trata de encontrarse cara a cara con esas joyas inestimables de la creatividad humana que no pueden vivirse plenamente en un medio virtual. Mientras que muchos de los lugares más frecuentados hoy en día – como las galerías comerciales o los cines – pueden sufrir bajo la competencia eficaz de redes comerciales, de ocio o de comunicaciones, el deseo de mantener relaciones sociales en un medio sugerente, seguro y singular, como son los museos de arte, puede intensificarse también gracias a esa mayor eficacia. La AMN se ha fijado el objetivo de hacer de una visita al museo una opción lo más atractiva posible, recurriendo para ello al uso de Internet, la oferta de información actualizada sobre las actividades de los museos y la prestación de servicios en línea, como la venta de entradas, las reservas y el diálogo interactivo, tanto para preparar visitas como para comentarlas *a posteriori*.
- *Alcanzar una mayor eficiencia mediante bases de datos interrogables.* El espectacular incremento del uso de información museística con fines educativos y promocionales no debería suponer una carga de trabajo adicional

© UNESCO 2000

para las administraciones de los museos, que invierten ya sumas importantes en producir información para expertos, estudiantes, socios y el gran público. La AMN y otros consorcios similares pueden contribuir a perfeccionar la difusión, visibilidad y accesibilidad de dicha información.

- Generar ingresos localmente. Aunque el comercio electrónico sólo está dando los primeros pasos, no cabe duda que las transacciones digitalizadas transformarán por completo la venta de bienes y servicios. La AMN y otros consorcios semejantes pueden dirigir al consumidor en línea hacia las instituciones que los componen e informar al usuario final sobre la gama de posibilidades que le ofrece cada museo atendido por las redes correspondientes.
- *Propiciar el apoyo a museos locales.* Los consorcios del estilo de la AMN deben centrarse en las necesidades de sus propios miembros, haciendo hincapié en las ventajas que se derivan de prestar apoyo a un museo local. El sitio Web excalendar.net lleva ya a cabo esta labor, con enlaces que conducen al usuario a las páginas de los museos miembros, algunos de los cuales han comunicado que sus páginas reciben el doble de visitantes desde que participan en excalendar.net. La AMN va a estudiar fórmulas que promuevan este tipo de apoyo en colaboración con los propios museos.

Resulta razonable preguntarse: ¿cómo puede esperar una institución sin fines lucrativos ser competitiva en el exigente y vertiginoso mundo de la comunicación mundial reticular? La AMN, al igual que otros consorcios del mismo tipo, posee algo de lo que carecen los servicios comerciales de información que trabajan en los sectores del turismo y la educación a distancia: contenidos en red de probada solvencia, facilitados directa y continuamente por las propias instituciones que los producen. Dichas instituciones nunca se adherirían unilateralmente a una iniciativa comercial, pues ello contravendría su vocación no lucrativa. La única fórmula viable para gestionar de forma sistemática la información en red reside en el consorcio, esto es, la alternativa que encarna la AMN. Consciente de sus posibilidades, la AMN espera lograr su autonomía en un plazo de dos años, para lo cual confía en diversas fuentes de financiación: apoyo del sector público y privado, patrocinios y suscripciones de entidades del sector turístico, además de los beneficios procedentes del comercio electrónico que ella misma vehicula.

Señalemos, para concluir, que aunque la AMN es un círculo cerrado de instituciones pertenecientes a la Asociación de Directores de Museos de Arte, a las que hay que sumar una cuarentena de los principales museos no norteamericanos de arte, creemos que este tipo de consorcios sería muy beneficioso. Habida cuenta de los problemas de orden administrativo que ya tiene la AMN, no parece realista plantearse, actualmente, incrementar el número de sus miembros. Sin embargo, no se debe descartar la expansión futura de su funcionalidad. Mientras tanto, nuestras instituciones miembros animan a los museos con características similares a estudiar la posibilidad de elaborar motores de búsqueda en las materias más solicitadas, con el fin de crear conjuntamente reservas de información ricas y complejas, en vez de empeñarse en el logro de objetivos individualizados. Esperar la participación de organismos públicos nacionales o internacionales puede revelarse menos fructífero que organizarse por categorías de especialización profesional e intentar, segidamente, obtener el apoyo de diversas fuentes de carácter público o privado. ■

© UNESCO 2000

El público ante todo: la experiencia francesa

Philippe Avenier

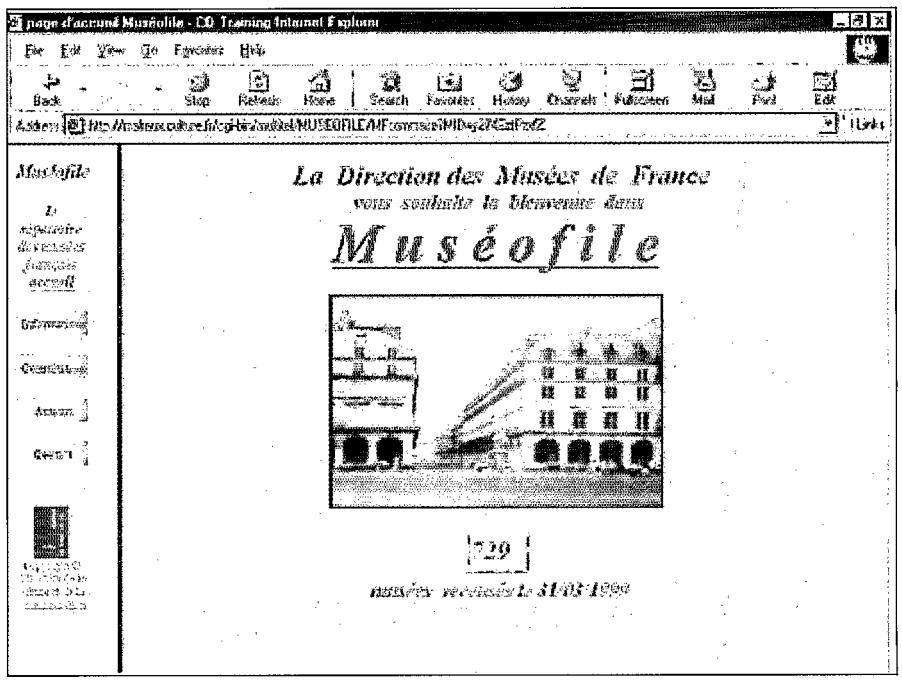
Conectar entre sí aplicaciones concebidas en un principio para públicos muy distintos, tal era el obstáculo al que se enfrentaban las autoridades francesas en su deseo de ofrecer al público «un sistema de información sobre los museos franceses de fácil acceso y lo más completo posible». Philippe Avenier es ingeniero investigador en el Ministerio de Cultura y Comunicación. Lleva varios años trabajando en la concepción y el seguimiento de programas relacionados con el uso de nuevas tecnologías en el ámbito de la cultura, en un principio desde la Misión Francesa de Investigación y Tecnología y más tarde desde la Dirección General de Museos, donde coordina la política de informatización en su calidad de jefe de la Oficina de Investigación y Tecnología de la Información.

Actualmente se reconoce que los enormes progresos tecnológicos vinculados al desarrollo de Internet han resultado muy beneficiosos para los museos. Nadie pone en duda, en efecto, que la difusión a gran escala de información y saber sobre las colecciones museísticas supone un paso más hacia la democratización de la cultura.

En 1994 se produjo el auténtico despegue de la World Wide Web. Desde entonces hasta hoy, y pese al poco tiempo transcurrido, han visto la luz gran número de iniciativas en muchos países, y se ha ido acumulando una experiencia considerable en el universo de Internet. Aun así, lo repentino de la aparición de este fenómeno y la extrema rapidez de sus avances técnicos hacen difícil evaluarlo y plantean interrogantes sobre la acogida real de que goza su oferta, cada vez más diversificada, de información y servicios. De ahí que los proveedores de esos servicios deban estudiar las fórmulas idóneas de presentación.

De los sitios Web de distintos museos se deduce que, según el tipo de datos que deseen comunicar y el sector del público al que se dirijan (profesores e investigadores universitarios, estudiantes, profesionales, gran público, etc.), la presencia de los museos en Internet puede responder a fórmulas muy distintas: desde ofrecer información y noticias sobre el museo y sus actividades hasta permitir el acceso a bases de datos e imágenes sobre sus colecciones, pasando por la presentación de exposiciones virtuales utilizando nuevos planteamientos temáticos.

Todos esos avances cubren, en definitiva, tres grandes campos: la comunicación, en el sentido habitual de la palabra; la investigación; y la formación. Los museos grandes y con recursos, capaces de ofrecer una visión panorámica de sus actividades, programación y colecciones, pueden ubicar estos tres temas dentro de un único y amplio sitio Web. En otros casos, los distintos temas aparecen dis-



Página inicial de Muséofile, que cifra en 729 los museos registrados hasta el 31 de marzo de 1999.

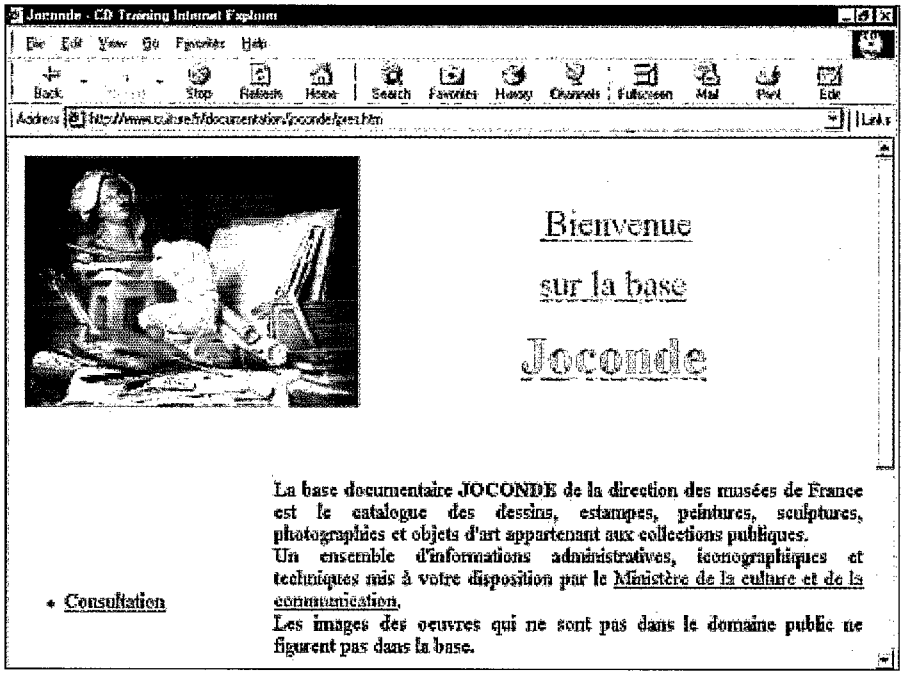
Reservados todos los derechos

persos en varios sitios de una misma región o un mismo país. Lejos de competir, esos diferentes puntos de acceso se complementan entre sí. Para el usuario, sin embargo, ello tiene el inconveniente de obligarle a navegar de uno a otro y localizar muchas direcciones Internet distintas, con páginas Web que pueden presentar formatos muy variables.

Hay muchos medios y modos, bien conocidos, de orientarse en el laberinto de sitios Web. Los motores de búsqueda, especialmente, constituyen el instrumento de uso más común para hallar un camino hacia el objetivo. Tampoco nos son desconocidos los sitios que contienen listas de enlaces y presentan ordenadamente la información disponible en Internet. Un buen ejemplo de esta fórmula son las Virtual Library museums pages (VLmp), las páginas museísticas de la biblioteca virtual (www.comlab.ox.ac.uk/archive/other/museums.html) o (www.icom.org/vlmp), y sus sitios replicados en Australia, Canadá, Suecia, Japón, Rusia, España y Estados Unidos), que pudieron, de inmediato, ofrecer un gran surtido de direcciones Internet de museos del mundo entero. Otro ejemplo es la Guide de l'Internet culturel, del servidor del Ministerio francés de Cultura y Comunicación (www.culture.fr/culture/int/index.html).

El valioso trabajo realizado en este caso consiste sobre todo en presentar de forma clara y coherente un inventario ya existente. Una parte de esa labor pueden llevarla a cabo los propios encargados de generar la información y los servicios, que, en realidad, deberían otorgar a esa tarea un carácter primordial.

La base de datos Joconde, disponible ahora en Internet, contiene información sobre la pintura, escultura, dibujos y grabados reunidos en las colecciones públicas francesas.



Organización de la oferta de servicios

A los propios proveedores de servicios y datos les interesa informar a todos los usuarios que al consultar un servicio concreto puede, a partir del mismo, acceder a fuentes de información y servicios de un alcance incluso mayor del que cabría imaginar. Ello ofrece la posibilidad de trascender el ámbito de las personas interesadas en los museos (que constituye el primer objetivo) y llegar a un público más amplio y numeroso, conectado a Internet por otras razones.

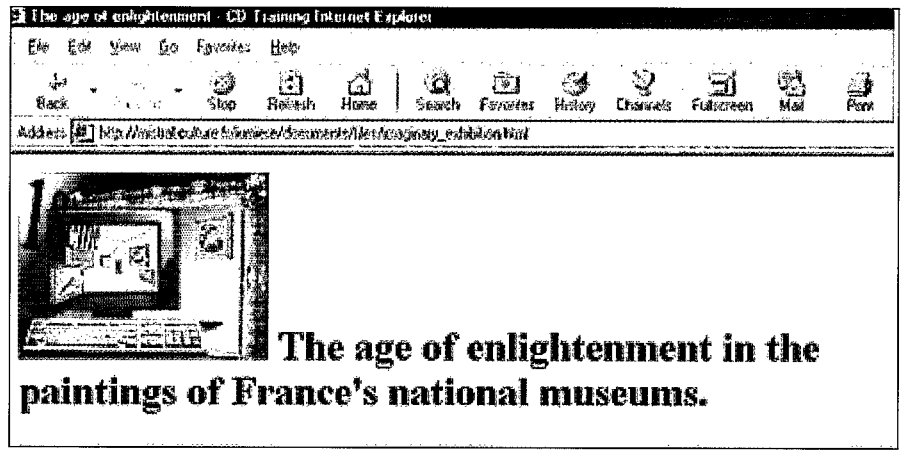
El planteamiento que viene aplicando en los últimos años la Dirección General de Museos de Francia constituye un ejemplo instructivo desde este punto de vista. La oferta de información y servicios se ha desarrollado conforme a las grandes categorías antes descritas: realización en 1994 de una exposición virtual sobre «El Siglo de las Luces en la Pintura de los Museos Nacionales de Francia», seguida rápidamente de otras varias, por ejemplo, la apertura, en 1995, del acceso a la base de datos documental Joconde (www.culture.fr/documentation/joconde/pres.htm), que enumera los cuadros, las esculturas, los dibujos y los grabados de las colec-

Reservados todos los derechos

© UNESCO 2000

ciones públicas francesas; la entrada en línea de información sobre los museos; etc. Todos esos productos podrían desarrollarse según su propia lógica interna y coexistir sin comunicarse entre sí.

Sin embargo, muy pronto se advirtió con claridad que para ofrecer al público un sistema de información de fácil manejo y lo más completo posible acerca de los museos franceses, era preciso emplear todos los recursos disponibles en Internet, recurriendo no sólo a los servicios creados por la Dirección General, sino también a otros que, como veremos, aun respondiendo a un propósito inicial distinto, pueden tratar información aplicable al tema de los museos. El objetivo estriba pues en conseguir que todas y cada una de esas aplicaciones contribuyan a estructurar ese sistema de información.



La exposición virtual sobre el Siglo de las Luces en la Pintura de los Museos Nacionales de Francia se ofrece también en línea en inglés, como muchas otras.

Reservados todos los derechos

El ejemplo de Muséofile

Muséofile (http://malraux.culture.fr/cgi bin/multitel/museofile) es, ante todo, una base de datos que contiene todo tipo de información sobre los museos públicos de Francia. Sin embargo, en 1997 se creó e introdujo en Internet una versión simplificada, que tenía por objetivo ofrecer al gran público una serie de datos básicos (dirección, teléfono, horarios, etc.) e información sobre el tipo de colecciones y los principales servicios que ofrece cada museo (condiciones de entrada, actividades culturales o pedagógicas, instalaciones, etc.).

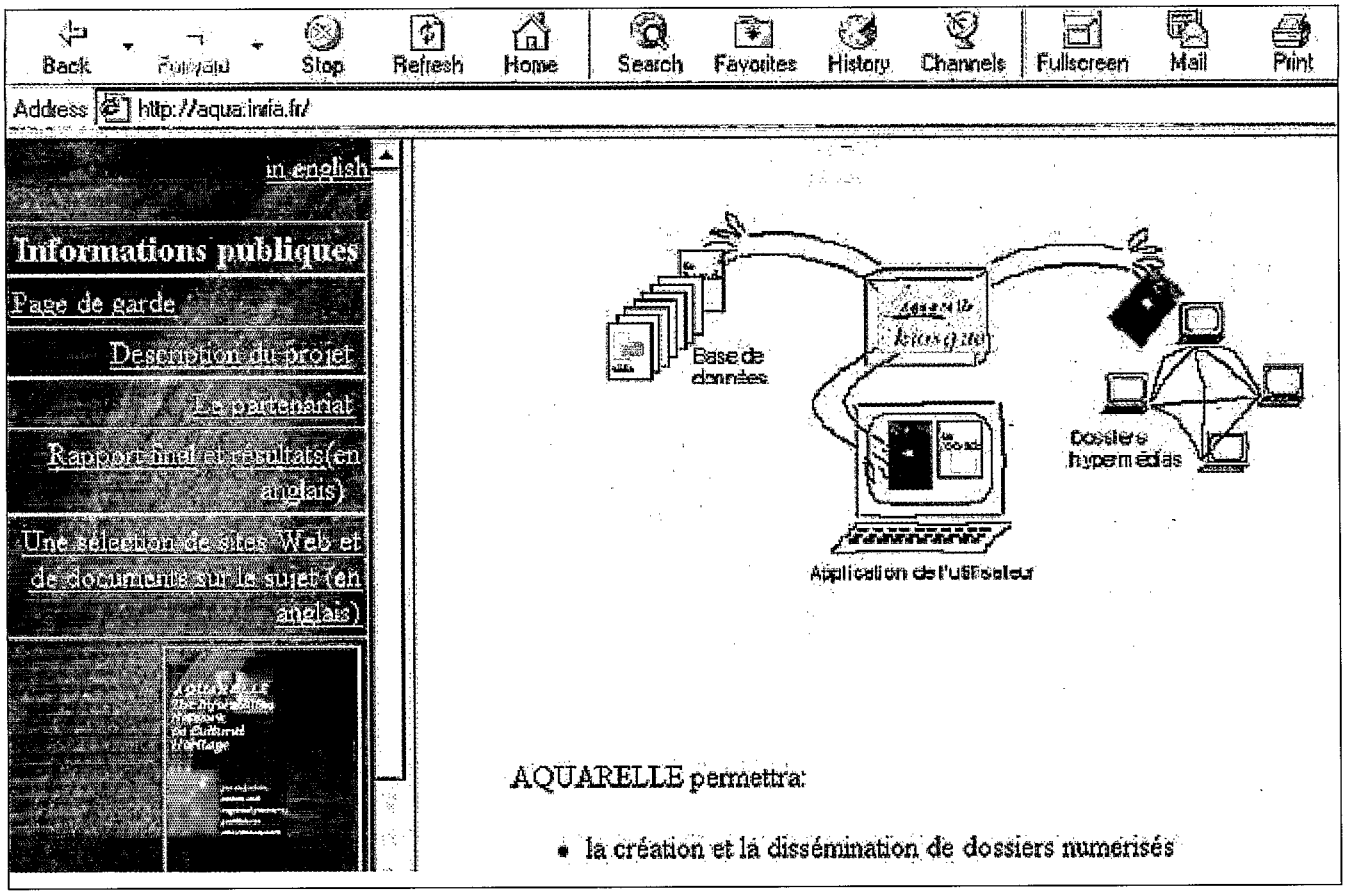
Esta base de datos, de fácil utilización, constituye actualmente una plataforma desde la cual se informa y dirige al usuario hacia otros servicios o aplicaciones. Así, por ejemplo, hay enlaces que envían al usuario al sitio Web de cada museo, donde puede obtener información complementaria. También hay enlaces con las bases de datos de la Dirección General de Museos de Francia, lo que permite al usuario que está consultando la ficha del Museo de Bellas Artes de Rennes, por ejemplo, acceder a las fichas documentales y a las imágenes de las pinturas que se conservan en esa institución.

Pero la creación de enlaces no se circunscribe a los servicios creados por los profesionales de los museos. Otro de los servicios propuestos recurre a una aplicación creada por iTi, empresa filial de France Télécom que ofrece a los automovilistas un servicio en línea de cálculo de itinerarios. Un convenio suscrito entre dicha empresa y el Ministerio de Cultura y Comunicación permite el intercambio de datos entre ambas entidades, gracias a lo cual las fichas de información que genera iTi al calcular los itinerarios (distancias, precio de los peajes, servicios automovilísticos y hoteles disponibles, etc.) se incorporan a los datos de la base Muséofile, que a su vez contiene vínculos que dan acceso a los servicios de iTi.

Un usuario del servicio iTi que viaje por el suroeste de Francia, por ejemplo, podrá así obtener la información práctica que necesita para llegar a Burdeos y, por añadidura, información sobre el Museo de Bellas Artes de esa ciudad a partir de la base Muséofile, que podrá luego ampliar consultando el sitio Web del museo o la base Joconde, rica en información (textual y gráfica) sobre las colecciones. Y a la inversa, los usuarios que interroguen la base Muséofile tendrán acceso inmediato al servidor de iTi, lo que les permitirá calcular el itinerario óptimo para llegar al museo elegido. También tendrán acceso a un plano digital de la ciudad centrado en el emplazamiento exacto del museo.

Este ejemplo ilustra cómo es posible combinar aplicaciones que, en principio, persiguen objetivos distintos; en este caso, bases de datos culturales y servicios de información turística. También indica que las instituciones pueden ser-

© UNESCO 2000



El proyecto Aquarelle fue de los primeros en adoptar protocolos normalizados de intercambio de datos.

virse de todos los recursos que ofrece la estructura de la Internet para mejorar la difusión de la información de que son responsables.

No es éste el único ámbito donde es posible conciliar objetivos distintos. Por ejemplo, en lo que se refiere a bases de datos patrimoniales, los resultados del proyecto Aquarelle (http://aqua.inria.fr), apoyado por la Comisión Europea, han demostrado que es posible operar con sistemas incompatibles, siempre y cuando se adopten protocolos de intercambio normalizados.

Por todo ello, la complementariedad de servicios y aplicaciones es hoy un tema de gran actualidad, y los museos deben aunar sus esfuerzos para organizar una oferta informativa que les permita no sólo darse a conocer mejor al gran público, sino también conocerse mejor entre ellos mismos.

Respecto a este último aspecto, el grupo de Cultura y Multimedia de la Comisión Europea ha señalado ya la necesidad de establecer un foro de intercambio y de información que permita una comunicación constante, mediante Internet, para tratar cualquier tema relacionado con el progreso de los multimedia. Todas las experiencias, tanto la aquí descrita como las que surgen cada día, hallarán así un terreno propicio para seguir desarrollándose. ■

© UNESCO 2000

Museos científicos en Internet

Luis Alfredo Baratas Díaz y Ángeles del Egido

Seleccionar la información proveniente de un número creciente de museos de ciencia representados en Internet es, a menudo, una tarea engorrosa y frustrante. Sin embargo, una vez que se domina el arte de navegar en este mar de información, estos sitios pueden representar verdaderos instrumentos de investigación histórica y divulgación del conocimiento científico. Los autores, investigadores del Museo Nacional de Ciencia y Tecnología, en Madrid, describen sus trabajos en esta dirección. Han participado en proyectos para documentar y publicar información sobre colecciones históricas de instrumentos científicos y en el desarrollo de recursos para Internet. Alfredo Baratas Díaz es igualmente el editor de la Páginas Internet de la Real Sociedad Española de Historia Natural y de la Sociedad Española de Historia de las Ciencias y de las Técnicas.

En los últimos años, las redes de interconexión entre ordenadores, especialmente Internet y la World Wide Web, han abierto nuevas posibilidades a las comunicaciones entre centros docentes y de investigación con profesionales o aficionados. Prácticamente no hay institución, sea cual sea su actividad, que no tenga un sitio Web, si bien su talla varía considerablemente: las hay que sólo presentan una página general, con evidente intención publicitaria, mientras que otras desarrollan ambiciosos programas de comunicación y suministran un gran volumen de información.

Los museos en general, y los de ciencia y tecnología en particular, no han escapado a esta tendencia, y prácticamente todos poseen sitios Web, que contienen diversos volúmenes de información. La continua mejora del parque informático, la difusión de editores compatibles con los procesadores de texto habituales, los mínimos costes y la moda – la necesidad ficticia o real de presentar la propia institución como innovadora y puesta al día – han fomentado esta actitud. En sí, Internet y la Web no hacen más que recoger los defectos y virtudes del medio social en que se desarrollan, y no podía ser de otra manera en lo relativo a museos de ciencia.

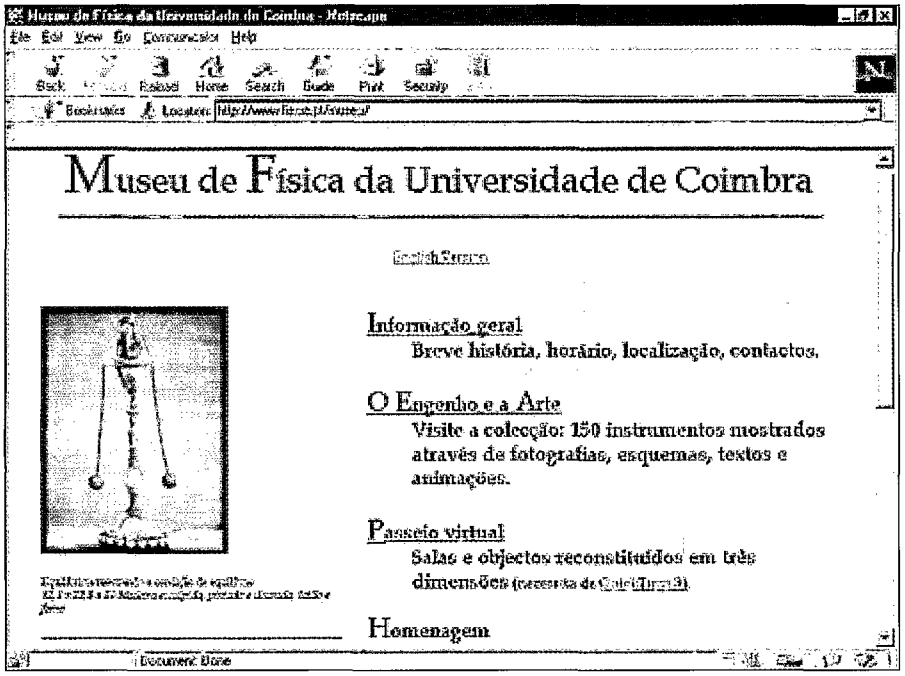
El término «museo científico» es utilizado de forma ambigua para referirse a aquellas instituciones que conservan, exponen y estudian colecciones de material científico de interés histórico, pero también para aquellos centros que sin poseer colecciones, presentan a través de paneles, juegos interactivos, experiencias, etc. los fundamentos de las diversas disciplinas científicas. No existen términos generalmente aceptados para distinguir estos dos tipos de instituciones y se ha utilizado la traducción directa de los términos anglosajones, y a pesar de existir dos categorías – los *science museum* y los *science center* – se hallan éstas estrechamente imbricadas, sin un límite de separación definido.

Las «casas de ciencia» o «museos interactivos» son fuente de información para estudiantes y profesores de enseñanza secundaria, pues recopilan trabajos de calidad, de libre acceso y cuentan con el atractivo inherente de las posibilidades audiovisuales del medio. Estos establecimientos constituyen un complemento práctico para los temas impartidos en el aula.[1] Los museos de ciencia y tecnología, tienen, además de la función descrita para las «casas de ciencia», un acusado interés por la historia de la disciplina, investigada a través de la colección que posee, la cual representa un testimonio de su evolución.

Si bien este concepto no está claramente delimitado en la vida real, menos lo está aún en Internet. Utilizando los motores de búsqueda habituales (Yahoo, Altavista, etc.) se localizan infinidad de recursos relacionados con «museos» y «ciencia», muchos de ellos bajo el epígrafe concreto de «museos de ciencia». Pero se presentan al usuario indistintamente, sin discriminar de ningún modo la naturaleza de la información, la institución que la genera o su relevancia.

Una consulta general mediante uno de esos «motores de búsqueda» localiza el sitio Web del Science Museum de Londres (museo con una colección de valor histórico, http://www.nmsi.ac.uk/), los sitios de los innumerables *science center* norteamericanos y europeos, y otros sitios Web de la más diversa procedencia y calidad. Para poner dos ejemplos extremos: en un departamento universitario holandés, vinculado a la página personal de uno de sus integrantes, existe un Museo de Osciloscopios, que recoge información y fotografías sobre diversos modelos obsoletos de estos aparatos, probablemente propiedad de dicho departamento

Reservados todos los derechos



La estatua de un acróbata ilustra el estado de equilibrio en el sitio Web del Museo de Física de la Universidad de Coimbra en Portugal.

(http://cal003109.student.utwente.nl/~wel/tek.htm); en sí este «museo virtual» no es un museo estrictamente hablando, es una colección de instrumentos que puede ser útil para investigadores especializados, pero no un centro de investigación, conservación y exposición equiparable a un museo. Otro ejemplo que muestra la falta de especificidad de los rastreadores tradicionales es la inclusión, en la selección de sitios Web de alguna sociedad paracientífica, que tiene su «museo» sobre el triángulo de las Bermudas, el monstruo del Lago Ness, etc. (http://unmuseum. mus.pa.us/).

Los rastreadores tradicionales son, a veces, incapaces de localizar algunos museos (especialmente los radicados fuera del ámbito anglosajón) o colecciones de interés histórico de algunas instituciones clásicas de gran prestigio. Uno de estos casos es el del Museo del Gabinete de Física de la Universidad de Coimbra (http://www.fis.uc.pt/museu/), centro que cuenta con una de las colecciones de instrumentos más importantes de Europa, pero cuya dirección no puede ser localizada utilizando los motores de búsqueda más comunes. En el segundo caso se encuentra el sitio Web de la École Polytechnique, la prestigiosa institución francesa (http://www.polytechnique.fr/bibliotheque/bibliotheque.html). Sus páginas, vinculadas a la biblioteca del centro y diseñadas con un gusto exquisito, presentan la colección de instrumentos científicos de la institución, formada básicamente por aparatos de física y química del siglo XIX y principios del XX, adjuntando fotografías y pequeñas descripciones. Se facilita, además, información sobre investigadores de la propia institución o foráneos, relevantes por el diseño o utilización de dichos instrumentos. También se presentan «exposiciones virtuales», como la dedicada al centenario del descubrimiento de la radioactividad, que conjugan texto e ilustraciones. Estamos, evidentemente, ante el sitio Web de un centro de investigación y no de un museo de ciencia; pero la abundancia de la información suministrada sobre las colecciones, su significado histórico, el interés en su difusión, etc. hacen de estas páginas un punto de referencia obligado para todos los interesados en la museología científica a través de las redes informáticas.

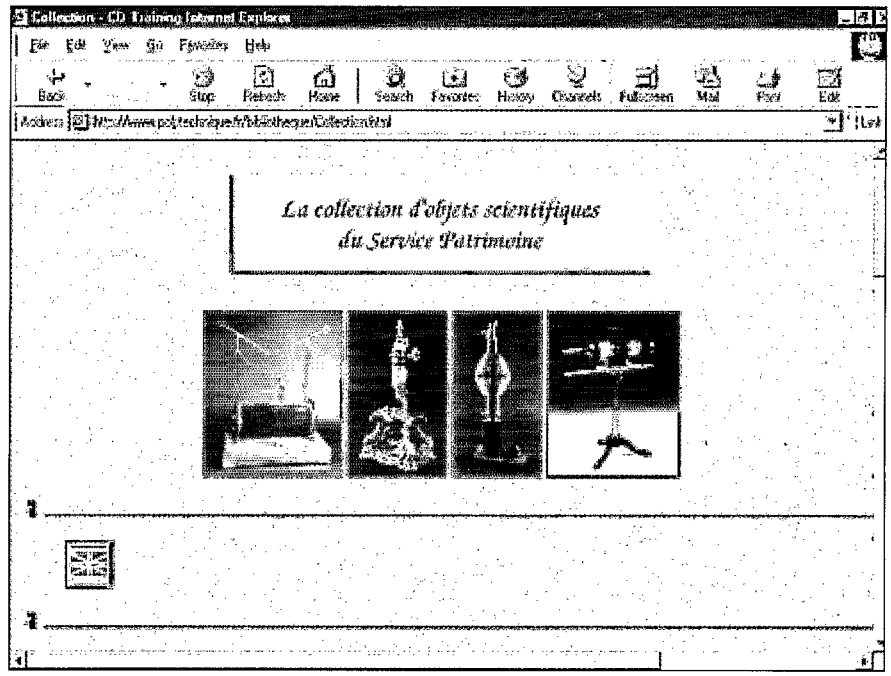
Un proceso de selección

Todas las limitaciones reseñadas inducen a la utilización de recopilaciones específicas de recursos. A pesar de algunos intentos de diseño de sistemas informáticos que automaticen el proceso de recopilación de direcciones,[2] la participación humana en el proceso de selección y filtrado sigue siendo fundamental. Esta participación ha de ser altamente especializada; se precisan equipos de documentación integrados por personas con formaciones muy diversas: expertos en biblioteconomía, especialistas en informática e investigadores de un área específica de conocimiento, en nuestro caso, historiadores de ciencia y tecnología.

En esta línea, diversas instituciones internacionales, vinculadas generalmente a servidores universitarios, están desarrollando un ambicioso proyecto denominado Virtual Library (Biblioteca Virtual) (http://vlib.stanford.edu/Overview.html), en el que especialistas de diversos países

© UNESCO 2000

Reservados todos los derechos



El sitio Web de la École Polytechnique de Francia muestra la colección de instrumentos científicos de esa institución.

recogen y seleccionan la información disponible de su disciplina particular. En el área de historia de la ciencia se encuentra una exhaustiva recopilación en el sitio (http://www.asap.unimelb.edu.au/hstm/hstmove.htm). Esta recopilación ha sido realizada por Tim Sherratt, vinculado al Departamento de Historia y Filosofía de la Ciencia de la Universidad de Melbourne. La Biblioteca Virtual recoge la única página Internet dedicada específicamente a registrar museos de ciencia, con las carencias y limitaciones inherentes a tal tarea enciclopédica.

En España existe un proyecto llamado «Babel», que pretende la creación de una red de museos y bibliotecas con bases de datos accesibles, y contempla, igualmente, la creación de un punto informativo que reúna estos recursos.[3] Este proyecto persigue la difusión de las bases de datos internas de los museos y bibliotecas que participan, pero no la estructuración de dichos centros en sus sitios Web en función de sus contenidos (http://www.gti.ssr.upm.es/~babel/). Consideramos que sería necesaria la existencia de servidores vinculados a instituciones especializadas, que cuenten con personal adecuado capaz de recoger, revisar, seleccionar y clasificar las páginas informáticas de museos, casas de ciencia, institutos de investigación, etc. El resultado final de este proceso de selección sería el establecimiento de un punto informativo en el que se recogieran todos los recursos relacionados con museos de ciencia y tecnología de calidad contrastada.

Un posible criterio de clasificación podría derivarse del público al que se dirige originalmente la información. Se distinguirían en este caso tres grandes categorías de recursos, según que estén destinados a: jóvenes y público en general, que buscan un complemento científico y lúdico a sus conocimientos; educadores, cuyo interés se centra en la búsqueda de material adicional para su actividad docente; y especialistas (historiadores de la ciencia, profesores universitarios, conservadores de museos, etc.).

Se puede afirmar que los sitios Web de los museos y casas de ciencia reflejan estas tres categorías básicas, dependiendo de la información que presentan.

En la primera categoría, se presenta información que podría ser calificada como un anuncio publicitario de la institución: da cuenta de la situación, los horarios, medios de transporte, tarifas, etc. En ocasiones, aprovechando las posibilidades gráficas del medio, esta información se acompaña de mapas, fotografías y logotipos. Para mayor utilidad, ofrece la posibilidad de contactar, mediante el correo electrónico, al personal del centro para hacer reservas, planificar visitas o realizar consultas. Este tipo de información es común a todos los centros aquí considerados, tanto museos como casas de ciencia.

La segunda categoría corresponde al tipo de información que se refiere a los recursos didácticos. La existencia de este tipo de recursos supone un primer criterio discriminatorio entre un sitio Web elaborado y aquellos que son un simple escaparate de su institución. Además, permite distinguir claramente los sitios cuyas instituciones presentan una colección, más o menos amplia de objetos diversos, de aquellos que identifican las instituciones interesadas en la difusión del conocimiento científico. La información disponible dentro de esta categoría suele ser utilizada por profesores de enseñanza secundaria y, en ocasiones, parece haber sido diseñada específicamente para ellos. El profesor encuentra en estas páginas recursos didácticos (no exentos de aspectos lúdicos) para sus clases habituales y un esquema que permite planear una hipotética visita de sus estudiantes.

En países anglosajones se combinan la tradición de la divulgación científica y la enseñanza ortodoxa, unión que se cristaliza en un pensamiento pedagógico formal y estructurado de la enseñanza de las ciencias. En este contexto se enmarca una actividad editorial consolidada, que se va incorporando a las nuevas tecnologías de la información. Pero además, la rápida evolución de los sistemas informáticos y el espectacular crecimiento de las casas y museos de ciencia han superado el estricto y menos flexible marco editorial. A este respecto, los sitios del Exploratorium de San Francisco (http://www.exploratorium.edu/) y del Royal Tyrrell Museum Alberta, en Canadá

© UNESCO 2000

(http://freenet.calgary.ab.ca/science/tyrrell/), nos brindan claros ejemplos.

El primero de ellos, el Exploratorium, una de las casas de ciencia más notables que existen, ofrece una presentación exhaustiva y esmerada en su sitio Web. Además de las secciones habituales (información general, programa de actividades, recursos para educadores, etc.) sus páginas contienen una ingente cantidad de datos, textos e imágenes sobre las exposiciones en curso, las salas más notables, etc. Se detalla el contenido de, por ejemplo, salas dedicadas a la vida microbiana – en las cuales el visitante puede informarse acerca de la salmonella y otras bacterias dañinas – o de otras dedicadas al estudio de la luz en «Bob Miller's Light Walk» (El paseo luminoso de Bob Miller). Frente a estas páginas, básicamente estáticas, que combinan texto y fotografías empiezan a generalizarse las imágenes animadas (vídeos y realidad virtual). Una buena muestra de ello es la exposición «The Science of Cycling, Sport Science» (La ciencia del ciclismo, ciencia deportiva). Sin embargo, la lentitud de las conexiones Internet, cuando se trata de recibir imágenes en movimiento o páginas con numerosas ilustraciones, mantiene, por ahora, la posición del CD-ROM como recurso adecuado y sustitutivo para los centros docentes que consultan frecuentemente este tipo de información.

Finalmente, la tercera categoría abarca los museos de ciencia con colecciones de valor histórico. En sus sitios Web, además de la información comprendida en los párrafos anteriores, se presentan los recursos de la propia institución. Estos capítulos tienen su público mayoritario entre los especialistas en historia de la ciencia o museología científica. Los contenidos en relación a las piezas históricas suelen ser producto de la investigación del personal del centro. El nivel de complejidad y especialización que esto determina debe hacerse compatible con la tarea divulgadora inherente a la naturaleza de los museos. Este equilibrio es difícil de alcanzar, tanto en la sala de exposiciones de cualquiera de estos museos como en sus páginas Internet.

Más – y menos – que una base de datos

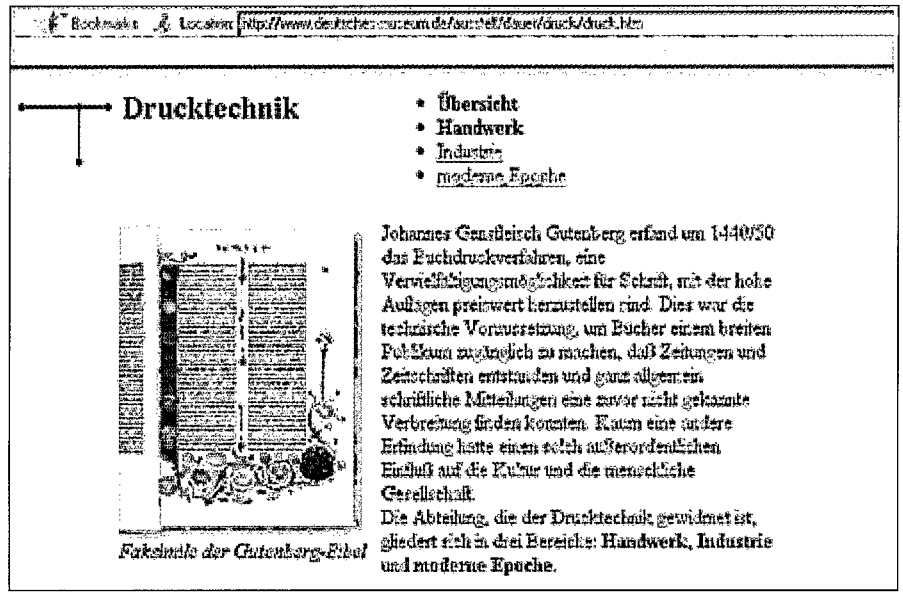
Ninguno de los museos con una colección histórica da acceso a la información de todas las piezas que custodia, ni siquiera a un inventario completo de dichas piezas. A lo sumo, se ofrece una selección de las más notables, que incluye información elaborada de forma accesible para un público general.

Por tanto, la utilización de Internet como elemento de divulgación de las colecciones no implica la edición electrónica de las bases de datos con las que trabaja el museo. Tres factores decisivos se hallan al origen de esta situación: primero, la reticencia natural del personal investigador a publicar (y someter, por tanto, al juicio de otros especialistas) su trabajo cotidiano, no necesariamente acabado; segundo, el gran volumen de información, que supone la labor de catalogación de la colección completa, haría poco práctica una publicación no selectiva; finalmente, los problemas técnicos, inherentes a la elaboración de bases de datos interrogables a través de Internet, requieren especialistas en informática muy calificados, de quienes no siempre disponen los museos.

Si bien el volcado de bases de datos no puede hacerse de forma automática por las razones ya citadas, un área en la que es útil y conveniente utilizar Internet es en la difusión de las publicaciones propias e información sobre exposiciones temporales o monográficas. Respecto de la edición electrónica, las instituciones

© UNESCO 2000

Reservados todos los derechos



La exposición del Deutsches Museum acerca de la impresión se inicia con un facsímil de la Biblia de Gutenberg.

deberán aplicar los mismos criterios utilizados para las publicaciones tradicionales: depósito legal, ISSN, consejos de redacción, evaluadores independientes y las normas de redacción habituales. El hecho de que la edición electrónica sea económicamente muy asequible (infinitamente más barata que la edición en papel) tiene la gran ventaja de favorecer la aparición y difusión de dichas publicaciones, y el gran inconveniente, si no se somete a los mínimos criterios de calidad académica, de generar un cúmulo inmenso de literatura intrascendente.

Una cuestión ampliamente debatida entre museólogos, técnicos y legisladores es la protección de la propiedad intelectual de textos e imágenes en Internet.[4] Este problema preocupa, especialmente, a los museos de bellas artes que obtienen ingresos por la reproducción y venta de imágenes de sus colecciones (catálogos, diapositivas, postales, etc). Este conflicto no es tan acusado en el caso de los museos de ciencia, en los que la imagen de los instrumentos carece de una demanda similar a la de las obras artísticas. No obstante, es conveniente acompañar siempre dichas imágenes de una leyenda que dé cuenta de la propiedad intelectual. Esta práctica no garantiza la protección frente a copias ilegales, pero permite recurrir a instancias judiciales para hacer valer los derechos de la institución. Existen, sin embargo, medios técnicos destinados a impedir la copia ilegal y ha habido serios debates sobre la conveniencia de ponerlos en aplicación. Desgraciadamente, la protección que ofrecen no es absoluta y su utilización genera nuevos problemas técnicos.

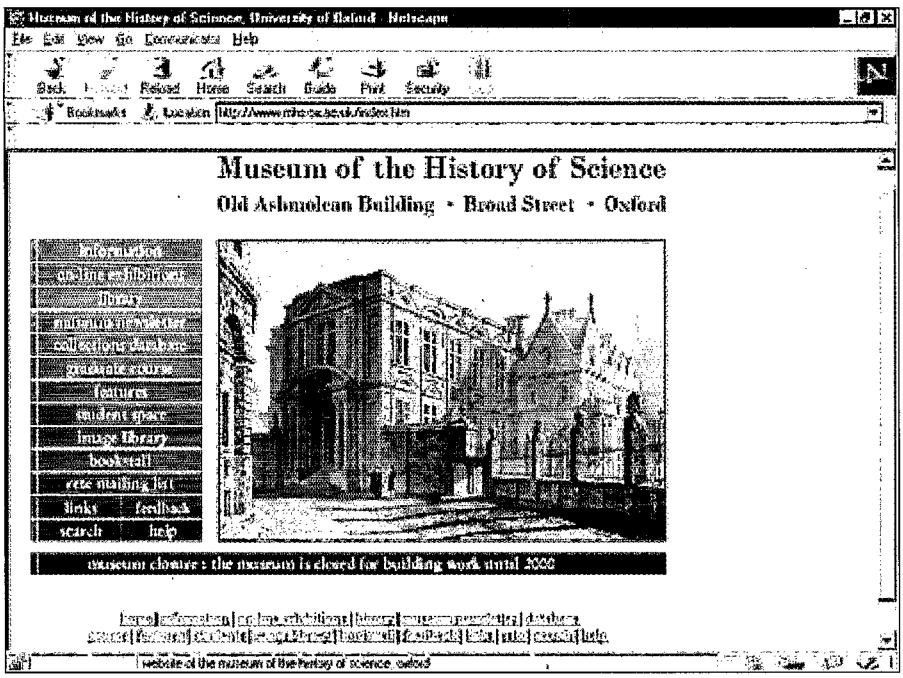
Sitios Web europeos: buscando la excelencia

Uno de los museos más importantes con colecciones históricas en Europa, es el Science Museum de Londres. Este museo se ha integrado en un complejo más amplio denominado National Museum of Science and Industry (http://www.nmsi.ac.uk/), que incluye además el National Railway Museum de York y el National Museum of Photography, Film and Television de Bradford. El sitio Web de este museo contiene información básica para los visitantes potenciales, así como secciones específicas para las exposiciones temporales, la colección permanente, las publicaciones y los educadores. Es pues un perfecto ejemplo de la información que debe ofrecer un museo de ciencia, con una multitud de recursos educativos que incluyen gráficos y textos a lo largo de las páginas dedicadas a las exposiciones. En la misma línea, el museo está desarrollando una sección dedicada a los educadores y trabaja en un proyecto llamado STEM (Students' and Teachers' Educational Materials) – materiales educativos para alumnos y maestros –, financiado por una empresa comercial, con el fin de potenciar la utilización de Internet como un medio de comunicación entre alumnos y educadores, no solamente para preparar las visita al museo, sino también para establecer un foro de intercambio entre los diversos centros educativos y el museo (http://www.nmsi.ac.uk/stem2/oyster.pl?stem/stemintro).

El Deutsches Museum (http://www.deutschesmuseum.de/) de Munich es otro ejemplo de museo de ciencia europeo con una importante colección histórica y presente en Internet. Su sitio Web contie-

© UNESCO 2000

Reservados todos los derechos



El sitio Web del Museo de Historia de la Ciencia de Oxford está más orientado a los especialistas que al público en general.

ne las secciones habituales (información, exposiciones, multimedia, publicaciones, etc.). Este museo presenta una sección específica de multimedia en la que se incluyen vídeos de dioramas, vistas panorámicas de las salas y demostraciones interactivas en «realidad virtual» de algunas de sus máquinas (por ejemplo, el primer motor Diesel en funcionamiento). Las evidentes ventajas de este sistema se ven menoscabadas por el volumen excesivo de los ficheros informáticos y la consiguiente demora en la recepción de las imágenes.

Otro museo fundamental en el panorama científico internacional es el de Historia de la Ciencia de Oxford. El estilo más sobrio que caracteriza a este museo se ve reflejado en su sitio Web (http://www.mhs.ox.ac.uk/index.htm), que carece de instrumentos interactivos o de orientación pedagógica básica. Con un diseño especialmente cuidadoso y elegante de su sitio, esta institución hace hincapié en la investigación y difusión especializada en el área de la instrumentación científica. Prueba de ello es la edición electrónica de la revista *Sphaera*, paralela a la edición impresa, la formación de grupos de discusión con ayuda del correo electrónico o la información sobre las exposiciones temporales, que no se limita a una introducción más o menos somera, sino que constituye un auténtico catálogo (combinando texto e ilustraciones) de gran calidad.

Italia representa un caso particular. Una búsqueda selectiva de los museos de ciencia en Internet permite obtener una treintena de instituciones con colecciones históricas en dicho país. Se trata, generalmente, de antiguos observatorios astronómicos, institutos de enseñanza, centros universitarios, etc. Casi todos ellos presentan una estructura similar, basada en la selección de un pequeño número de piezas, de las que se incluye una fotografía y una breve descripción. Mención especial merece el sitio del museo del Departamento de Ciencias Físicas de la Universidad de Nápoles (http://hpl33.na.infn.it/Museum/Museum.html), que contiene páginas bien estructuradas, con una buena selección de imágenes y, además, un índice final de gran utilidad – equivalente a los índices de un texto impreso – pues conduce, mediante hiperenlaces, directamente al objeto reseñado. Esta interesante posibilidad no es habitual, desgraciadamente, en los sitios Web en general.

Otro caso relevante es el del Instituto y Museo de Historia de la Ciencia de Florencia (http://galileo.imss.firenze.it/). Su novedad más significativa es la inclusión de información bibliográfica sobre la historia de la ciencia en Italia y un proyecto similar en el ámbito internacional. De esta manera, el museo en Internet se puede constituir en un centro de documentación especializada, no sólo acerca de sus propias colecciones, sino también

© UNESCO 2000

de otras, aprovechando las características del medio electrónico que le permite superar las barreras tradicionales.[5]

En el caso español, la falta de tradición en la difusión del patrimonio científico se refleja en la inexistencia de sitios Web que presenten colecciones de este tipo. El Museo Nacional de Ciencia y Tecnología está desarrollando un proyecto (http://mhct.dit.upm.es) que pretende dar a conocer su colección histórica y, además, la de otras instituciones españolas que poseen instrumentos científicos y tecnológicos de valor histórico. Cabe esperar que este primer paso y la consolidación del propio museo fomente el estudio de la instrumentación científica de manera similar a la de otros países europeos.

En suma, los sitios Web de los museos de ciencia pueden convertirse en una herramienta de difusión cultural universal siempre que se dé más importancia a la calidad de la información que a los efectos visuales. Es preferible que un sitio Web presente imágenes sencillas con textos claros y de sólido contenido, en vez de un diseño espectacular, con iconos animados, vídeos de lenta recepción (debido a la gran talla de los ficheros), con estructura difusa o excesivamente compleja y con textos poco depurados.

La diversidad del público interesado en los museos de ciencia y tecnología obliga a diversificar los medios. Este instrumento, utilizado en la forma propuesta, permite alcanzar un equilibrado compromiso entre una información de interés académico – muy formal y abstracta – dirigida a la comunidad científica, y sus aspectos pedagógicos y de difusión apoyados en una cultura visual, atractiva para todo tipo de público habituado a este medio.

Un sitio Web estéticamente diseñado, representa un instrumento atractivo para la función social de difusión del patrimonio científico de los museos de ciencia y tecnología. Al proponer modos imaginativos, personales e inteligentes de conocer la historia de la ciencia y la tecnología, estos sitios contribuyen a alejar los fantasmas del tedio y el elitismo cultural que planean todavía sobre la idea popular de «museo». La selección y organización de la información vertida de esta manera en Internet por las diferentes instituciones museísticas es una tarea necesaria y un importante reto, que como investigadores de un centro oficial comprometido con estos objetivos, nos proponemos. ■

Notas

1. Louis Nadelson, «Online assignments», *The Science Teacher,* vol. 64, nº 3, 1997, págs. 23-25.
2. Clifford Lynch, «La exploración de Internet», *Investigación y Ciencia,* Mayo 1997, págs. 39-43.
3. José M. Martínez, *et al.,* «Servicios multimedia en museos y bibliotecas vía Internet», *Mundo Internet '97,* II Congreso nacional de usuarios de Internet e Infovía, 1997, págs. 409-417.
4. Una concisa descripción de la aparición de este problema se halla en C.S. Powell, «Informática en el museo», *Investigación y ciencia,* febrero, 1995, págs. 76-77.
5. Marco Berni, Luisa Barattin. «Il Museo di Storia della Scienza di Firenze su Internet. Un'analisi delle consultazioni», *Nuncius,* año XII, vol. 2, 1997, págs. 525-531.

© UNESCO 2000

Kuntur Wasi: templo, oro, museo... y un experimento de desarrollo comunitario

Yoshio Onuki

Durante más de 10.000 años el mundo andino ha existido en su continuidad cultural, cuya unidad entre la naturaleza y el ser humano es inherente a su dinámica intrínseca de constante reciprocidad y complementariedad entre el pasado, presente y futuro. Esto quedó claramente demostrado cuando, en 1972, campesinos del poblado de La Conga decidieron preservar y proteger por sí mismos el sitio arqueológico de Kuntur Wasi, iniciando así un experimento sociocultural sin precedentes que asentó sobre las ruinas del pasado la base del desarrollo presente y futuro de la comunidad. Yoshio Onuki, jefe de la Misión Arqueológica de la Universidad de Tokio nos narra esta extraordinaria historia. Yoshio Onuki es, además, director del Museo Kuntur Wasi y una de las grandes figuras responsables de su creación y desarrollo.

En el norte de los Andes, cerca del viejo pueblo de Chalaques y a una altitud de 2.200 m, se halla el pueblo de La Conga (denominado actualmente Centro Poblado Menor Kuntur Wasi). Junto a este pueblo pequeño de agricultores humildes se yergue imponente el cerro La Copa, que se eleva hasta 2.300 m de altitud. En 1946, un campesino informó, por primera vez, sobre el descubrimiento de un cerro con terrazas y monolitos en el diario de Pacasmayo, la ciudad más cercana en la costa norte. En estas circunstancias, un arqueólogo peruano, el Dr. Julio C. Tello, envió una expedición a cargo de sus discípulos para realizar la investigación científica. Al conocer el resultado y examinar las fotografías de los monolitos excavados, el Dr. Tello dio al sitio del cerro La Copa el nombre de «Kuntur Wasi» (la casa del cóndor). Más tarde, en 1948, una de sus discípulas, Rebeca Carraón Cacho, publicó un resumen de los trabajos realizados que constituyó la única fuente de información para los estudios arqueológicos efectuados durante las décadas siguientes.

Pese a la importancia de los hallazgos, muy pocos arqueólogos visitaron el sitio. Y aunque los hallazgos incluían objetos de oro, el sitio se mantuvo protegido contra el saqueo gracias al esfuerzo comunitario de los pobladores. En noviembre de 1972, el pueblo decidió asumir una genuina forma de responsabilidad comunitaria, cuyo espíritu era compartir la protección necesaria del sitio como patrimonio cultural de la nación. El Instituto Nacional de Cultura de Lima apoyó esta iniciativa comunal cuyo objetivo fue propuesto por el Comité de Agricultores para la Defensa del Patrimonio de Kuntur Wasi. En junio de 1977, respondiendo a un llamamiento del pueblo y su Comité, el director de la filial cajamarquina del Instituto Nacional de Cultura autorizó a institucionalizar este Comité.

Fue entonces cuando el Instituto Nacional de Cultura encargó al Dr. Yoshio Onuki, catedrático arqueólogo de la Universidad de Tokio, la tarea de definir el área arqueológica de Kuntur Wasi. La Misión Arqueológica de la Universidad de Tokio, bajo la dirección del Dr. Onuki, llegó a Kuntur Wasi para realizar sus investigaciones científicas en 1988. Sus esfuerzos se concentraron en el período inicial de la civilización andina, el período llamado Formativo (2.000-50 a.C.), eligiendo sitios de trabajo situados en la sierra norte del Perú.

Los pobladores trabajaron en las excavaciones, colaborando como obreros en el sitio, mientras que en el pueblo las mujeres lavaban y marcaban los objetos arqueológicos bajo la dirección de los arqueólogos de la Misión, que se hospedaban en casas de los pobladores. La Misión y el pueblo de La Conga compartieron no solamente los trabajos arqueológicos, sino también la vida cotidiana, lo que condujo a profundizar la comprensión mutua y desarrollar lazos de amistad entre los dos grupos.

En 1989, durante la segunda temporada de excavaciones, la Misión descubrió tres tumbas que contenían objetos de oro y otros materiales muy bien elaborados. Según la ley peruana del patrimonio cultural, los objetos arqueológicos pertenecen al Estado y los excavadores tienen que entregarlos al Instituto Nacional de Cultura, que designa el lugar donde serán custodiados y que es, generalmente, el Museo Nacional en Lima. Otra ley obliga a los municipios de todas las provincias a garantizar la protección y conservación de los sitios y monumentos arqueológicos y otros bienes del patrimonio cultural.

Esto ha dado lugar a un cierto descontento entre las poblaciones locales, pues los resultados de las excavaciones son



Foto: cortesía del autor

El Museo Kuntur Wasi fue financiado, principalmente, mediante colectas de fondos.

enviados a Lima, mientras que la obligación de proteger los sitios recae de todos modos en la autoridad local. Los hallazgos realizados en las tumbas de Kuntur Wasi incluyen piezas de oro, tales como coronas, orejeras. narigueras, etc., que son los objetos de orfebrería más antiguos de todo el continente americano.

La importancia de estas piezas y su belleza despertó un sentimiento de orgullo y afecto por el sitio Kuntur Wasi, y la opinión pública decidió que estos objetos debían permanecer en el pueblo. El Instituto Nacional de Cultura consintió en ceder temporalmente su custodia, con la condición de que el pueblo asumiese la responsabilidad de velar por su seguridad y la protección del sitio Kuntur Wasi.

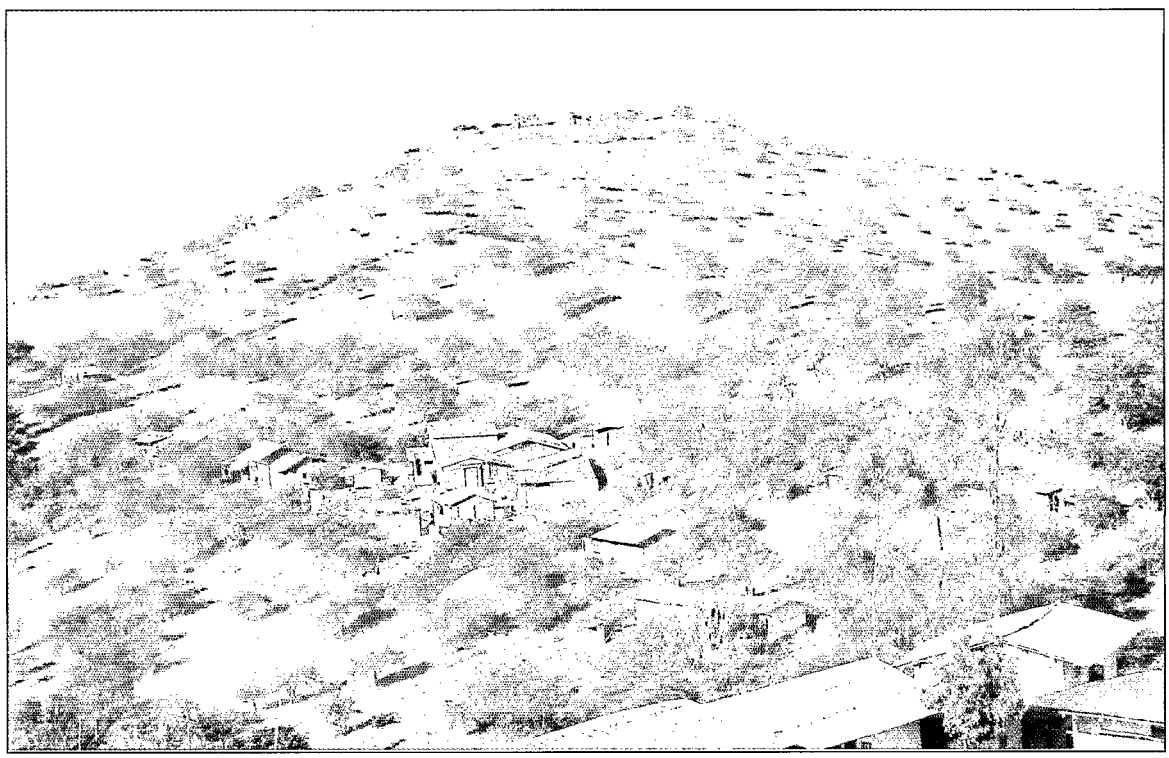
En 1990 fueron descubiertas la cuarta y la quinta tumbas, que contenían ajuares muy elaborados. Surgió entonces la necesidad de construir un local especial para la custodia de los objetos. Es decir, había que construir un museo si se quería que los objetos permaneciesen en el pueblo. A fin de recaudar fondos para este proyecto, los hallazgos de Kuntur Wasi fueron enviados al Japón en 1991 para ser expuestos.

La construcción de un museo

La exposición «Templo y Oro de Kuntur Wasi» se presentó en 12 ciudades japonesas y recaudó suficientes fondos como para que, el 2 de mayo de 1994, se pudie-

© UNESCO 2000

Foto: cortesía del autor



El cerro La Copa forma un impresionante decorado para el pueblo de La Conga y los restos arqueológicos de Kuntur Wasi.

se colocar la primera piedra del museo, que se edificó con el apoyo de ingenieros de la Universidad Nacional de Cajamarca. Para esta ocasión, y a fin de reemplazar el comité anterior, se constituyó la Asociación Cultural Kuntur Wasi para la administración del Museo y la protección del sitio arqueológico. Esta Asociación integra a los habitantes de La Conga, que participan voluntariamente, y ha sido reconocida como entidad sin fines de lucro y exonerada de impuestos. Dentro de la Asociación se formó el Comité Femenino de Apoyo al Museo.

El 15 de octubre de 1994, se inauguró el Museo Kuntur Wasi, convirtiéndose en el primer museo peruano construido específicamente sobre una base sociocultural, con la participación de la comunidad local. En 1996 y 1997, la Misión descubrió cuatro tumbas más que contenían piezas de ajuar y objetos de oro, varios de los cuales fueron expuestos en el Museo. Al lado del Museo se erigió un edificio de dos pisos destinado a albergar un destacamento de policía responsable de la seguridad del museo. La Asociación Cultural Kuntur Wasi cuenta con 105 socios (habitantes del poblado), 10 de los cuales componen el Consejo de Administración del Museo (CAM), que es directamente responsable de su gestión y seguridad. En octubre de 1997, la asociación eligió al Dr. Onuki como director del Museo Kuntur Wasi.

De martes a domingo, el Museo está abierto, sin interrupción desde las 10 de la mañana hasta las 5 de la tarde. Aunque se cierra los lunes para realizar una limpieza integral, se abre cuando hay alguna visita especial como, por ejemplo, turistas que llegan de Lima u otros lugares lejanos. Algunos domingos se hacen proyecciones de vídeos para los socios y vecinos. Estos vídeos pueden variar desde películas hasta deporte o turismo, pero

© UNESCO 2000

también hay vídeos educativos sobre la salud y otros temas. También se utiliza el televisor para pasar algunos programas especiales, como los partidos de fútbol del Mundial. Se invita a todos los habitantes del pueblo y el jardín frente al Museo se convierte en un lugar de alegría y emoción compartida.

En febrero de 1995, dos profesoras de Pacasmayo ofrecieron un apoyo significativo. Durante un periodo de ocho días, formaron a un grupo de mujeres del Comité Femenino de Apoyo al Museo en la confección de camisas de polo estampadas, basándose en diseños propios de las piezas de cerámica y oro custodiadas en el Museo Kuntur Wasi. El propósito de esta formación fue fomentar la creación de pequeños talleres familiares en casas individuales a fin de producir y vender estas camisas.

Desde el 25 marzo de 1996, el Museo inauguró un servicio de biblioteca, con libros de texto donados por un editor de Lima y otros provenientes de donaciones privadas. Los socios de la Asociación y los miembros de la CAM comparten rotativamente la tarea de atender al público. Los libros son prestados a niños y adultos por periodos de 24 horas.

Los mismos socios-campesinos que administran el Museo difunden su propia cultura en su propia lengua, mediante charlas y conferencias que se dan en escuelas, colegios, institutos y universidades, así como en entrevistas a los periódicos, la radio y la televisión. Hasta la fecha, han sido invitados a muchas conferencias en las ciudades de la sierra del norte, pero también en las ciudades grandes de la costa, en las cuales presentan sus experiencias y exponen los resultados y conclusiones de las excavaciones arqueológicas, al mismo tiempo que explican la organización sociocultural de su pueblo.

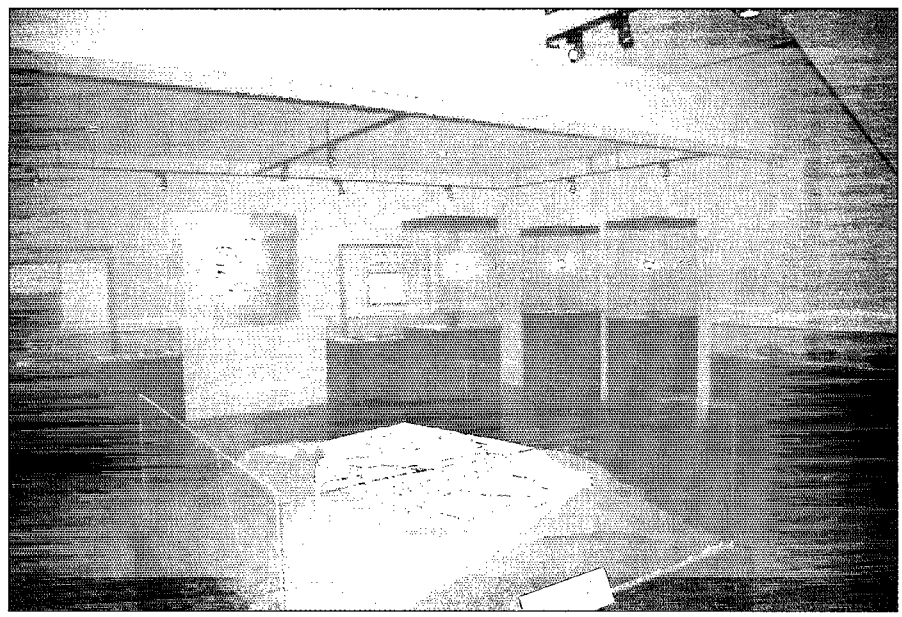


Foto: cortesía del autor

El museo alberga una impresionante colección de hallazgos.

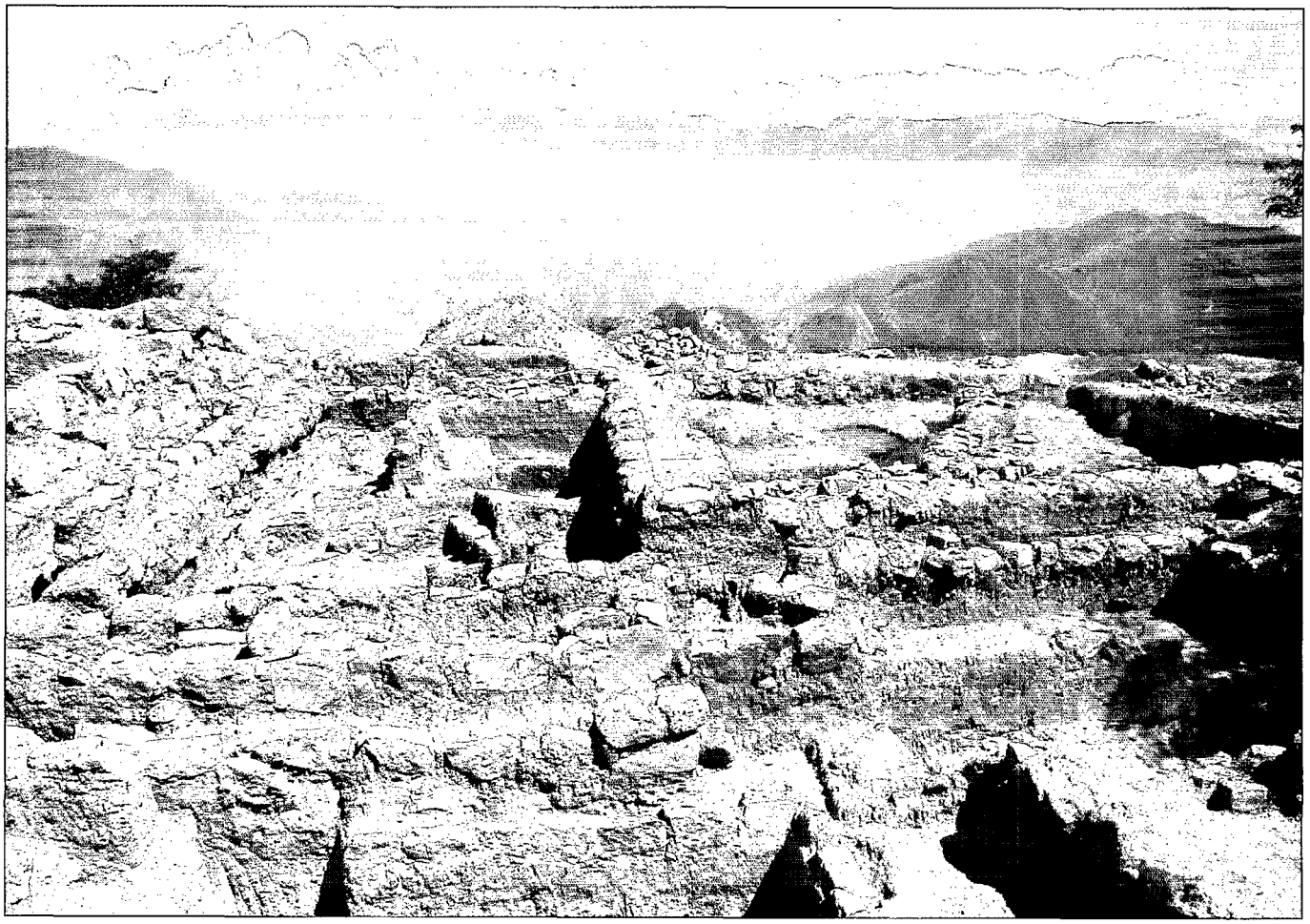
Una vía para el desarrollo humano

Han transcurrido 20 años desde el inicio de este innovador experimento social, con el propósito de proteger el sitio arqueológico de Kuntur Wasi mediante la participación directa de los campesinos mismos. Esta experiencia ha beneficiado a todos y cada uno de ellos y ha incrementado sus competencias para tratar asuntos culturales. El sitio Kuntur Wasi no ha sufrido daños por vandalismo, aunque es bien sabido que se han encontrado muchas piezas preciosas de oro en las excavaciones. La excavación científica realizada por la Misión Arqueológica de la Universidad de Tokio enriquece el contenido del Museo e incrementa no sólo el sentimiento de orgullo, sino también el sentido de responsabilidad en la administración por parte de los miembros del Consejo de Administración del Museo y de la Asociación.

Cabe observar que los habitantes del pueblo Kuntur Wasi han profundizado su conocimiento de la historia local y nacional, y que las visitas de los turistas nacionales y extranjeros han ampliado su horizonte geográfico. La experiencia adquirida ha conducido a la valoración de su propia cultura, tanto mediante las excavaciones como en las actividades del Museo. También han adquirido conocimientos básicos de contabilidad y han aprendido a alcanzar los objetivos por medio de la organización de los cargos de manera sistemática y efectiva. Más aún, la existencia de una biblioteca con

© UNESCO 2000

Foto: cortesía del autor



Excavaciones en el sitio Kuntur Wasi.

el sistema de préstamos a domicilio representa un verdadero salto cualitativo para una población rural con bajo índice de escolaridad y acceso escaso a los materiales de lectura. La participación de las mujeres, muchas de las cuales ocupaban cargos de responsabilidad en la asociación y en el consejo de administración, representa un resultado igualmente importante.

En 1997, un informe elaborado por el PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) y el Instituto Nacional de Estadística e Información, decía:

> Este proceso de incremento de capacidades ha tenido como elemento articulador la existencia del sitio arqueológico (recurso natural y cultural), así como la construcción del Museo (logro compartido por la comunidad y el agente externo), y ha sido posible la organización del pueblo en una asociación que permite el ejercicio democrático a través de la participación de todos los socios. Esta asociación otorga a los habitantes un sentido de pertenencia y los coloca en posición de ciudadanos con capacidad de influencia y decisión sobre algo que les pertenece.

Más aún, el informe destaca el hecho de que la comunidad ha establecido vínculos con nuevos actores, tales como el Gobierno, socios externos, y el sector privado, lo que implicará, indudablemente, el desarrollo de nuevas capacidades y oportunidades.

> El proceso de aprendizaje en el cual se han embarcado los campesinos durante todos estos años, tenderá a adoptar nuevas variables que tienen que ver con la integración de este experimento de desarrollo local en los circuitos de la modernidad, representados en este caso por el potencial turístico del sitio arqueológico.

En conclusión, se puede afirmar que el Museo y el sitio Kuntur Wasi se han convertido en una entidad única, plena de vestigios temporales e históricos, donde la celebración de la identidad cultural y el ejercicio democrático en la administración del patrimonio cultural se han unido para modelar conjuntamente el destino de esta comunidad de los Andes peruanos. ■

© UNESCO 2000

Los museos etnográficos de Italia: una década de crecimiento espectacular

Gaetano Forni

Una constelación única de factores históricos y políticos ha dado lugar, en los últimos años, a un aumento espectacular del número de museos etnográficos en Italia. Gaetano Forni, del Museo de Historia de la Agricultura de Lombardía, relata la historia de este proceso y reflexiona sobre su significado en la actualidad. El autor es secretario nacional de la Asociación de Museos Agroetnográficos y organizador de su Segundo Congreso Nacional en febrero de 1998. También es miembro honorario de la Asociación Internacional de Museos de Agricultura y, desde 1971, colabora con el Centro de Estudio e Investigación de Museología de la Agricultura de la Universidad de Milán. Entre sus muchas publicaciones figura la innovadora Guida dei musei etnografici italiani *[Guía de los museos etnográficos italianos].*

En los primeros tiempos de la Ilustración, «el buen salvaje» – para retomar la afortunada expresión de Rousseau – parecía especialmente digno de interés. A finales del siglo XVIII y principios del XIX, con la llegada de la industrialización y el consiguiente desarrollo urbano masivo en el noroeste de Europa, fue el «buen campesino» quién pasó a ocupar el foco de atención. Este interés se acentuó cuando numerosos campesinos empezaron a emigrar a las zonas urbanas. Al mismo tiempo, los nuevos trabajadores industriales y los nuevos habitantes de las ciudades sentían nostalgia por el mundo de su infancia y juventud, un mundo que habían dejado atrás. En este ambiente de reacción contra la industrialización y el crecimiento urbano, surgieron los grandes pioneros de la antropología y del estudio del folclore. Entre ellos se encontraban Grimm (1785-1863), McLennan (1827-1881), Morgan (1818-1881), Müller (1823-1900) y Tylor (1832-1917); tras ellos se crearon los primeros museos de arte popular y tradiciones. Otro hecho especialmente interesante y poco conocido es que las principales ideologías de nuestro siglo, es decir, el marxismo-comunismo y el nazismo, en cuyo origen hay una idea romántica de «regreso a la naturaleza», fueron concebidas en el siglo XIX como resultado del mismo tipo de reacción ante el proceso de industrialización. Estas doctrinas transmitían un sentimiento de nostalgia por el mundo rural y un deseo de lograr mantener la continuidad con ese medio. De hecho, el «social-comunismo» tenía como objetivo la recreación, actualización y adaptación al mundo industrial del modo de vida comunitario de las aldeas campesinas que, en algunos lugares, habían conservado considerables vestigios de colectivismo. En cuanto a los nazis, idolatraban la patria y la sangre de sus ancestros (*Blut und Boden*), pero, también en este caso, los intereses colectivos (*Gemeinnutz*) prevalecían en los asuntos económicos o las empresas bélicas.

Es claro que los defensores de las grandes construcciones ideológicas de principios de este siglo no tenían la menor intención de abrir más y más museos de tradiciones populares. Lo que querían era hacerse con el poder y transformar al país entero en un «pan-museo» viviente en el que el colectivismo, en el caso de Rusia, o la vida comunitaria y la pureza racial, en el caso de Alemania, serían restaurados, conservados y al mismo tiempo transfigurados, convirtiéndose en la culminación del progreso.

En los años que siguieron a la Segunda Guerra Mundial, la mecanización masiva del campo, por un lado, y la nueva industrialización basada en la electrónica y en la tecnología de la información por otro, así como el desarrollo de las actividades terciarias, dieron origen a una nueva situación. Surgieron nuevos partidos y nuevas ideologías, como los movimientos ecologistas, que, en cierto modo, además de su objetivo explícito, la defensa del medio ambiente, buscaban también volver a la situación anterior o, al menos, preservar lo que de ella quedaba. Pero lo más sorprendente fue la proliferación de museos de tradiciones rurales. En Francia, por ejemplo, una publicación da una lista de más de 400.[1] En estos museos, el público puede volver a visitar y a experimentar el pasado, devolviéndolo así a la vida.

El contexto italiano

Para comprender mejor el caso italiano, tan distinto al respecto, es necesario analizar el contexto histórico internacional a partir del que surgió el interés científico y museológico por las tradiciones rurales. Para ello, será necesario y útil encontrar una definición previa del paradigma que

Foto: cortesía del autor



El único museo etnográfico al aire libre de Italia es el Museo de Teodone en el Alto Adige. Al fondo, la casa señorial y el secadero de heno. Delante, a la derecha, se puede ver la casa del agricultor.

constituyen la industrialización, el desarrollo de las ideologías y la proliferación de los museos populares.

Es sabido que la Revolución Industrial se originó en Gran Bretaña a finales del siglo XVIII. Sin embargo, en Italia, esta evolución se produjo a finales del siglo XIX como resultado de un proceso de simbiosis y lenta infiltración de los países ya industrializados que habían financiado algunas de las infraestructuras ferroviarias del país y de las redes de suministro eléctrico, entre otros. En 1882, se fundó la primera empresa italiana importante, Pirelli, seguida por Montecatini en 1888 y la primera fábrica siderúrgica en Terni en el mismo año. Olivetti fue fundada en 1898 y Fiat en 1899. Asimismo, en 1879, se constituyó el Partido Socialista Revolucionario de la región de Romagna, que más tarde, en 1888, se convirtiría en el Partido Socialista Revolucionario, seguido en 1895 por el Partido Socialista Italiano. En el mismo periodo, nació y se afianzó el primer movimiento cultural interesado en el folclore y las tradiciones populares. El primer museo etnográfico, que todavía reservaba un amplio espacio para civilizaciones no europeas, fue fundado en Florencia en 1869. Las tentativas destinadas a documentar de modo más específico la etnografía y la paleoetnografía italianas se vieron reflejadas en el proyecto museológico de Pigorini (1881) y, unos años más tarde, en la Exposición Etnográfica Siciliana promovida por el Museo Pitré. Se organizaron exposiciones semejantes en Milán (1881) y en Turín (1884), y en Florencia se creó el Museo Italiano de Etnografía.

De estos tres factores fundamentales de la incipiente Revolución Industrial italiana, el más importante, el desarrollo industrial como tal, fue un proceso que se desarrolló con bastante lentitud, si exceptuamos una aceleración durante la Primera Guerra Mundial, hasta llegar a los años sesenta. La socialización total de la industria decretada por los fascistas un poco antes de que finalizara la Segunda Guerra Mundial, junto con la autarquía y el mito rural, no favorecieron, desde luego, la entrada de capital extranjero ni la industrialización. En los años cincuenta, cerca de la mitad de la población italiana trabajaba en el campo. Como un acto reflejo, el desarrollo de la etnografía y del estudio del folclore se desarrolló muy lentamente. En efecto, un país eminentemente rural no está interesado por las ciencias que estudian las tradiciones campesinas. Este desapego se vio indiscutiblemente agravado por las teorías de Croce y Gentile, que consideraban estas disciplinas como meras pseudociencias, lo que hizo que fueran excluidas de los programas universitarios. El número de museos sobre tradiciones populares quedó estrictamente limitado.

La evolución del tercer aspecto, es decir, la ideología, es en cierto sentido ambigua. La Primera Guerra Mundial pro-

© UNESCO 2000

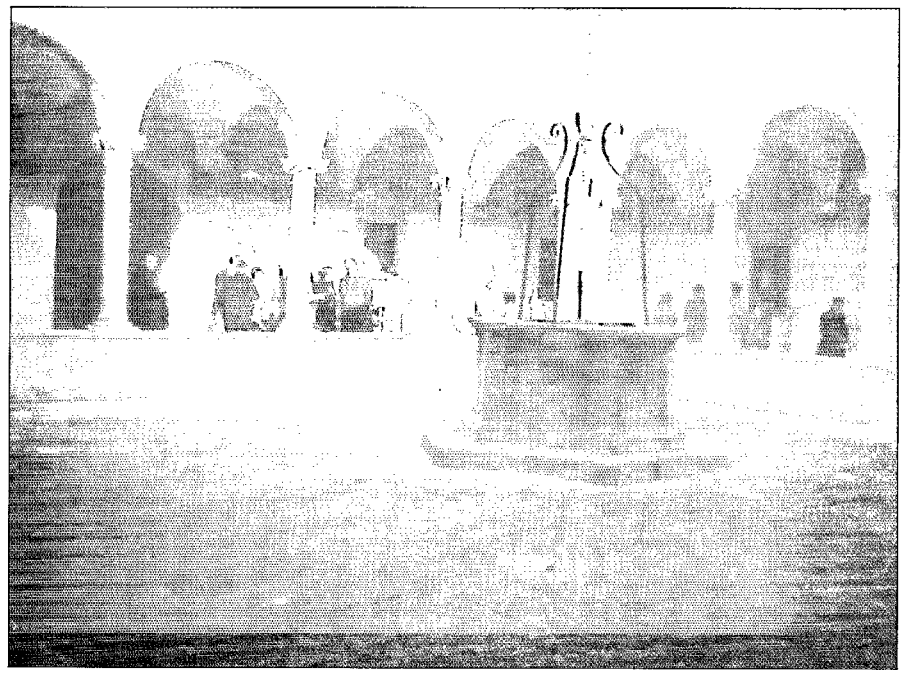


Foto: cortesía del autor

Con frecuencia, los principales museos etnográficos italianos se encuentran en palacios monumentales como el museo de granjas arrendadas en Senigallia, situado en el antiguo Convento de las Gracias, en su mayor parte en el claustro.

vocó el desarrollo y la brutal expansión ulterior de la ideología marxista en Rusia y del nacionalsocialismo (tras algunos experimentos de corte marxista) en Alemania. Fueron los mismos motivos los que propiciaron la difusión de la ideología marxista en Italia, pero en una versión cristiana más moderada, de la mano del Partido Popular y de las Ligas Blancas. Antes que en Alemania, a este fenómeno le sucedió el fascismo, que, desde muchos puntos de vista, puede considerarse como un compromiso autoritario y nacionalista entre el socialismo y el poder establecido.

En los veinte años que siguieron a la Segunda Guerra Mundial, estos tres factores de la Revolución Industrial se manifestaron de modo extremadamente interesante en Italia, un país que experimentó en aquel momento una industrialización excepcionalmente rápida y enérgica. Casi un tercio de la población se desplazó de la agricultura a la industria, tanto dentro de Italia como emigrando al extranjero. La agricultura se mecanizó y sufrió un profundo cambio, incluso en su estructura sociocultural. Este proceso – el llamado «milagro económico italiano» – convirtió a Italia en el quinto país más industrializado del mundo, situándolo, de acuerdo a los datos estadísticos, por delante de Gran Bretaña.

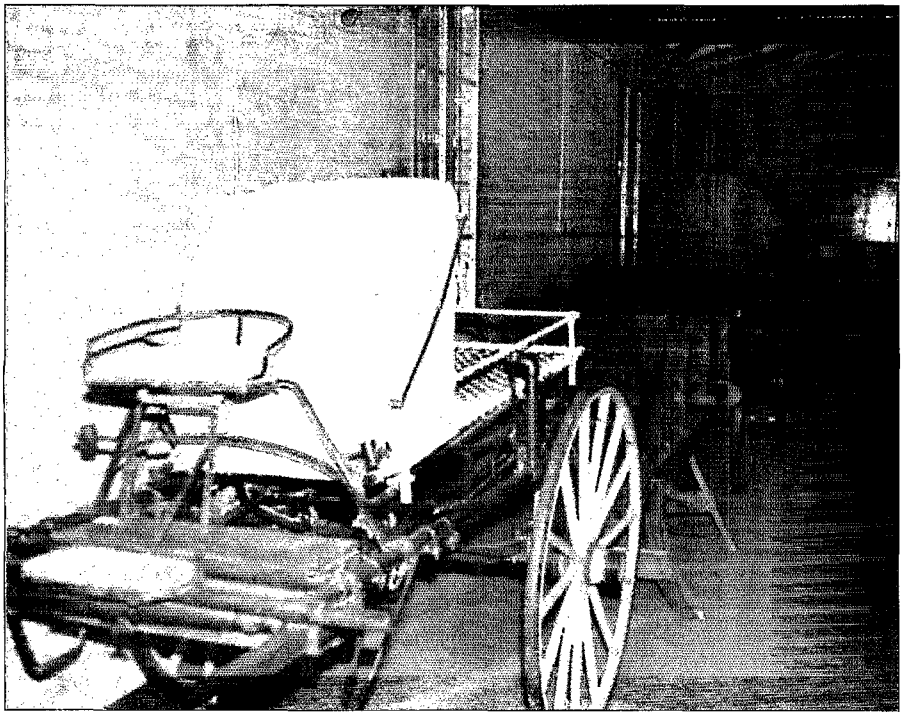
Desde el punto de vista ideológico, surgieron los movimientos de protesta estudiantiles (que, a raíz de la guerra de Viet Nam, cobraron un aspecto extremado en EE UU), en el marco de un fenómeno internacional que se extendió a los núcleos marxistas-leninistas más radicales, apareciendo después las Brigadas Rojas y la Brigada Negra. Se asistió, paralelamente, al auge del Partido Comunista Italiano, el más importante de Europa fuera del bloque soviético, así como al predominio de la tendencia «social» en el seno de la Democracia Cristiana. Simultáneamente, los museos sobre tradiciones populares, que eran escasos y se habían creado muy de tarde en tarde, se propagaron como si se tratara de una erupción, hasta el punto de que, en la actualidad, suman más de 500, número que no deja de aumentar. Por consiguiente, las diferencias entre el medio cultural italiano y las de los otros países con una industrialización más temprana radican, ante todo, en la rapidez y en la escala de dicho proceso. En la Italia de las últimas décadas, el proceso ha alcanzado un punto culminante, lo que ha provocado dos reacciones principales: el declive de las ideologías tradicionales, a la par que el auge de los movimientos ecologistas y la aparición de nuevos museos sobre cultura popular con un enfoque más científico e histórico.

El archivo de las comunidades locales

El Centro de Estudio e Investigación de Museología de la Agricultura, fundado tras la celebración del centenario de la creación de la Facultad de Estudios de Agricultura de la Universidad de Milán, ha llevado a cabo un seguimiento de este proceso cultural, por medio de censos y revistas, que ha culminado con la publicación de la *Guida dei musei etnografici Italiani*[2] en la que se presentan documentos e ilustraciones sobre unos 500 museos. En la primera parte, el lector comienza a comprender y apreciar la

© UNESCO 2000

Foto: cortesía del autor



Carruaje de propietario expuesto en el Museo de San Marino di Bentivoglio.

riqueza del contenido de estos lugares. Cada año, la revista *LARES*, publicada por el mismo organismo, censa los nuevos museos.

No cabe duda de que la aparición durante el presente decenio de cientos de museos dedicados a las tradiciones populares rurales, artesanales, de pesca y de minería representa uno de los fenómenos más extraordinarios en la historia de la museología. La mayoría de los museólogos oficiales ha intentado comprender la importancia de los aspectos sociales y psicológicos de este proceso. Dado que, en este artículo, es imposible analizarlos en su totalidad, nos limitaremos a señalar las características más relevantes, que revelan la naturaleza profunda de estos museos y que, por lo general, pasan desapercibidas.

En primer lugar, sólo los visitantes más superficiales y apresurados pueden llegar a pensar que estos museos no van más allá de lo que contienen, es decir, instrumentos de trabajo y vestidos, etc. Para los fundadores de estos lugares, los objetos expuestos representan todo lo que constituye su identidad, sus raíces. Como dijo el eminente museólogo francés Georges Henri Rivière, estos museos son los archivos de las comunidades locales, el espejo de los problemas pasados y presentes y de sus soluciones, así como de sus expectativas para el futuro.[3]

Los promotores y los creadores de estos museos no son ricos coleccionistas, ni eruditos o especialistas, que, a menudo, desdeñan y no saben comprender estas iniciativas, sino representantes del pueblo. Aquí puede verse claramente la diferencia radical entre este tipo de museo y los otros. Pero, además, estos museos forman parte del testimonio perenne de la realidad histórica de la humanidad. Así, ya en la prehistoria, en una especie de «protomuseo», las comunidades inscribían sus «gestos» en las paredes de las rocas: la labranza, la caza... Y, en una fase anterior, guardaban el recuerdo de acontecimientos memorables al hacer que plasmaran y cobraran vida en mitos y leyendas, en ese gran patrimonio oral de las sociedades tribales que constituía un «premuseo». Esa misma tendencia se manifestó durante la Edad Media y el Renacimiento en las grandes catedrales o en las capillas de los pueblos más humildes, donde la gente se reunía para celebrar sus relaciones con una realidad espiritual situada en otro plano, Dios, y donde describían también su vida cotidiana y el cambio de las estaciones. Se puede percibir la continuidad con la prehistoria en la ordenación escogida por los promotores de estos museos, en los que, con frecuencia, se mezclan las reliquias prehistóricas y de la historia local y las herramientas de un pasado más reciente.

Todos estos aspectos están estrechamente relacionados con el hecho de que muchos de estos museos son el resultado del trabajo de profesores estimulados o asistidos por los padres de sus alumnos. Estos archivos de la memoria y de la historia local constituyen el texto central y más importante para definir la realidad cultural y ambiental de un lugar concreto. Son, pues, el instrumento más eficaz para suscitar la conciencia de la entidad individual.

© UNESCO 2000

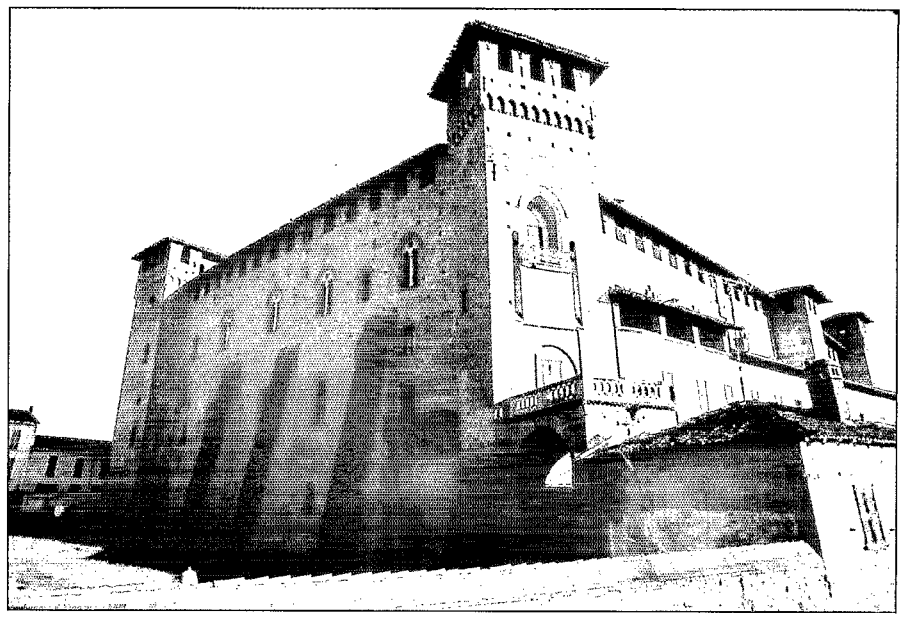


Foto: cortesía del autor

El monumental Castello di Sant'Angelo Lodigiano alberga el Museo de Historia de la Agricultura de Lombardía.

Es bastante revelador que estos museos, que constituyen una parte esencial del rico patrimonio museológico italiano y que son tan numerosos, no hayan recibido demasiada atención y reconocimiento por parte de los intelectuales italianos o de los funcionarios del Ministerio de Cultura y otros departamentos oficiales. También es significativo que el eminente arqueólogo y especialista en cultura etrusca Mario Torelli, en su prefacio a la *Guida del Museo del Vino di Torgiano: I materiali Archeologici,*[4] critique la mayoría de las grandes exposiciones etnoarqueológicas de nuestro tiempo. Estima Torelli que, por culpa de los organizadores, eruditos y sofisticados, «tienen cada vez más el carácter perverso de modernas *Wunderkammern* o cámaras de maravillas, son exposiciones paranoides de fetiches, de caballos de bronce adornados con oro, de héroes saliendo del océano, etc.» ¡Qué diferentes son estos museos y exposiciones oficiales, que cuentan con tantos recursos, de los humildes 500 museos etnográficos locales y sus exposiciones!

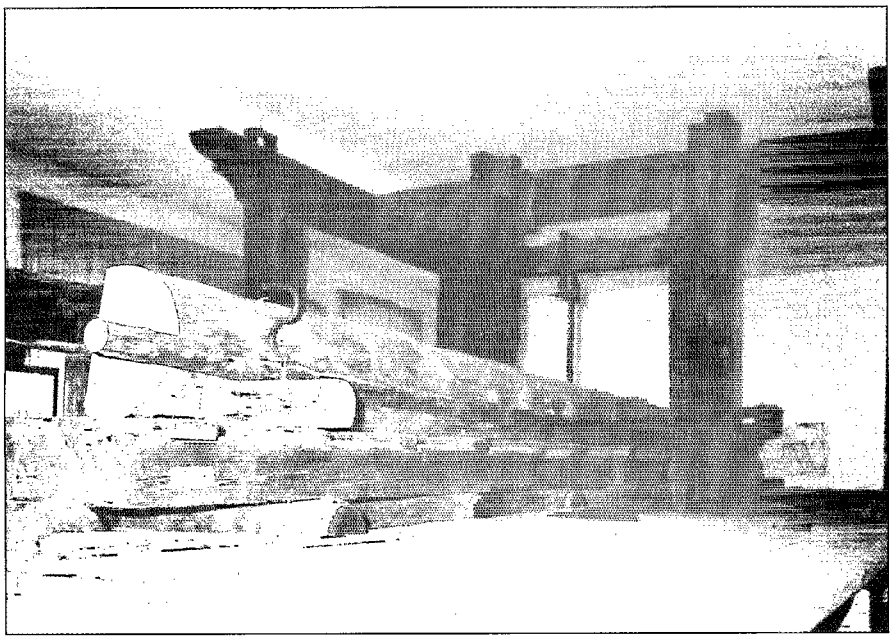
Un enfoque cada vez más científico

Tras la primera etapa de desarrollo de museos campesinos, en la década de los sesenta y los setenta, que se caracterizó por una fuerte nostalgia por el pasado campesino y artesanal, vino un periodo de calma relativa. Pero, en los ochenta, este tipo de museos volvió a florecer. En cierto modo, esta nueva etapa ha sido diferente, menos emotiva, menos nostálgica y más objetiva y científica, lo que ha provocado un interés y reconocimiento crecientes por parte de los especialistas. Algunos organismos públicos importantes, y también autoridades provinciales y locales, se han hecho cargo de museos de este tipo, lo que podría facilitar la creación de una estructura organizativa territorial como la que proponía Rivière. En torno a los principales museos provinciales o locales, en los que trabajan museólogos especializados, se han ido reuniendo «filiales», museos con fines pedagógicos o pertenecientes a autoridades locales como los municipios que poseen granjas históricas, antiguos molinos, etc. Además, hoy en día, los fundadores de pequeños museos tienden a buscar el consejo experto de sus homólogos más importantes, cuya autoridad e influencia reconocen.

Sea como fuere, la variedad de museos etnográficos italianos es realmente extraordinaria. Abarca, para citar sólo dos de los más famosos, desde el gran Museo de Arte Popular y Tradiciones en Roma, museo público en el que se ilustran los aspectos etnográficos más representativos de las distintas regiones de Italia, hasta el Museo de la aldea de San Nicolo D'Ultimo, museo municipal en el que se concentra de forma excelente la documentación sobre el valle vecino. Otros museos dignos de ser mencionados son el Museo provincial de San Marino de Bentivoglio, especializado en las granjas arrendadas de la región de Emilia; el Museo Provincial de las Costumbres y los Trajes de Trentino en San Michele all'Adige, dedicado a las técnicas tradicionales; el Museo al aire libre de Teodone en Val Pusteria, el único de su clase en Italia; y las ricas colecciones etnográficas sicilianas del Museo Regional Pitré en Palermo. Este último complementa todos los otros, ya que estudia los orígenes y la evolución de las costumbres campesinas

© UNESCO 2000

Foto: cortesía del autor



Reconstrucción de un aserradero veneciano en el museo de San Michelle all'Adige.

a través de los siglos, desde la prehistoria hasta nuestros días. También cabría mencionar el Museo de Historia de la Agricultura de Lombardía, en Sant'Angelo Lodigiano. Sin embargo, sólo una lectura atenta de la voluminosa *Guida dei musei etnografici italiani* podrá dar al lector una idea exacta de la extraordinaria riqueza de la tipología de los museos etnográficos italianos.

Diferentes pero esenciales

En una mesa redonda sobre el tema «¿Para qué sirven los museos campesinos?», celebrada en agosto de 1998 en Carpenedolo, se planteó la cuestión de la utilidad y «dignidad» de los museos etnográficos locales en comparación con otros, conocidos internacionalmente, como el de los Uffizi en Florencia y la Pinacoteca di Brera en Milán. Se estableció inmediatamente una distinción: en los museos etnográficos locales, los llamados «museos campesinos», «museos de pescadores» o «museos de carpintería», se rinde homenaje a las tradiciones y costumbres de determinados grupos humanos y se celebran, al mismo tiempo, las herramientas de trabajo y algunos de los aspectos más profundos de la naturaleza humana. De hecho, los picos y los arados de los campesinos, las piquetas y las palas de los mineros, son una extensión y manifestación de la capacidad técnica humana, esto es, del ser humano en su relación con el medio ambiente. Permiten al hombre extraer la sustancia del medio que lo rodea, para darle forma y, en cierto modo, humanizarlo. Es evidente que, en su mayoría, estos museos tienen que ver con la agricultura, la «gran madre», y, hoy por hoy, representan la mejor forma de descubrir la agricultura como un proceso vivo.

Estos museos son pues, en principio, parte integrante de la dimensión histórica de la personalidad humana y, por tanto, de las distintas comunidades. En resumidas cuentas, constituyen un archivo y un texto educativo para enseñar a niños y jóvenes durante el periodo de escolaridad obligatoria. De este modo, satisfacen necesidades esenciales y permanentes y reflejan lo que son los hombres y las mujeres, y la humanidad en su conjunto, en su integridad y su ser esencial. Son museos diferentes, son los «otros», en comparación con los museos y las grandes galerías de arte. Aunque, sin duda, estos últimos sean más espectaculares en otros aspectos y sean esenciales en cuanto que constituyen una colección de las cosas más bellas que ha producido el genio humano, sus notables características y su asombrosa belleza no deben eclipsar ni disminuir en el espíritu de las personas la existencia y la necesidad vital de los museos sobre las tradiciones locales. ■

Notas

1. S. Cousin, C. Royer, F. Sigaut, *Le guide du patrimoine rural* [Guía del patrimonio rural], Lyon, La Manufacture, 1988.
2. R. Togni, G. Forni y F. Pisani, *Guida dei musei etnografici italiani* [Guía de los museos etnográficos italianos], Florencia, Olschki, 1997.
3. G. H. Rivière, *Hier pour demain* [El ayer para el mañana], París, 1980 (catálogo de la exposición); «Definición evolutiva del ecomuseo», *Museum*, 148 (vol. 37, n° 4, 1985), págs. 182-183.
4. M. G. Lungarotti *et al.*, *Guida del Museo del Vino di Torgiano: I materiali archeologici* [Guía del Museo del Vino de Torgiano: los materiales arqueológicos], Perugia, Electa, 1991.

© UNESCO 2000

El MoMA se establece en Washington

Jesús Pedro Lorente

En esta reseña, el autor nos recuerda una fase poco conocida en los anales de la historia de los museos de arte norteamericanos: la breve vida (1937-1939) del puesto avanzado en Washington del famoso Museum of Modern Art (MoMA) (Museo de Arte Moderno) de Nueva York. El relato es algo más que una simple acotación en la historia, pues nos ofrece una visión del pasado que motiva la reflexión acerca del porqué de los «altibajos» de los museos. El autor es profesor del Departamento de Historia del arte en la Universidad de Zaragoza (España) y autor de Cathedrals of Urban Modernity. The First Museums of Contemporary Art, 1800-1930, *publicado en 1998.*[1]

Las instituciones culturales en los Estados Unidos suelen tener su origen en la iniciativa individual, en el patronazgo de ricos filántropos, y este caso no fue una excepción, pues a pesar de haber surgido en la capital federal en 1937, no lo hizo gracias a los gobernantes, sino que fue fundado por un grupo de personas pertenecientes a la elite local. Que fuese, más concretamente, un puñado de mujeres, tampoco constituye una excepción a los esquemas habituales en la fundación de los museos norteamericanos, ya que hasta fechas bien recientes la alta sociedad consideraba que el mundo de los negocios era más bien cosa de hombres, de manera que las damas deseosas de ampliar sus actividades, más allá del hogar, asumían alguna función pública en el ámbito de las artes o de la beneficencia social. El propio Museo de Arte Moderno de Nueva York había sido fundado por Lille P. Bliss, Abby Aldrich Rockefeller, y Mary Quinn Sullivan, tres hijas de ricas familias neoyorquinas. Por consiguiente, no tiene nada de peculiar que la creación de su primera subsede se debiera igualmente a dos damas, a las que, por cierto, la prensa del momento se referiría siempre no por su nombres propios, sino como «señora de Dwight Davis» y «señora de George Angus Garrett».

Parece que la Sra. Davis, que antes de residir en Washington había vivido largo tiempo en Nueva York y hasta había colaborado durante años en el comité del MoMA, se sintió sumamente desilusionada porque no recalase en la capital federal la popular exposición dedicada a Vincent van Gogh organizada por el MoMA en 1935, primero en su propia sede y luego en otras ciudades norteamericanas, atrayendo cerca de 900.000 visitantes. Tales ocurrencias hacían que Washington le pareciese un páramo cultural a esta dama y por lo visto no era la única que deploraba esta situación. En efecto, las personas de Washington, interesadas por el arte, solían viajar continuamente a Nueva York para visitar los museos y exposiciones y para adquirir obras de arte en las prestigiosos galerías de Manhattan. Ahora bien, dado que ella conocía muy bien los entresijos del MoMA, le vino la idea de crear, en Washington, una subsede del mismo que ella misma se encargaría de presidir, secundada por su amiga la Sra. Garrett, quien ya tenía experiencia como organizadora de exposiciones en Filadelfia y que actuaría como su vicepresidenta.

A fin de reclutar miembros de un patronato que las respaldase económica y socialmente recurrieron, naturalmente, a sus propias relaciones entre la elite local. Para ello, convocaron un día, en torno a una taza de té, a los más distinguidos coleccionistas de arte de la capital, como el propio Duncan Phillips, fundador de la Phillips Memorial Gallery, importantes funcionarios de la administración y militares de alta graduación, con sus respectivas esposas, para escuchar un discurso de A. Conger Goodyear, presidente del MoMA de Nueva York, sobre la definición y objetivos de la institución. Las páginas de sociedad del *Washington Post* dieron cuenta del evento el 4 de mayo de 1937 bajo el rótulo: «*Mrs. Davis entertains patrons of art at tea*» («La Sra. Davis ofrece un té a los patrones del arte»). Entre estos patrones se eligió finalmente a los miembros del comité de gestión.

Sin embargo, hacía falta un profesional para la gestión día a día, puesto para el que se nombró a Adele K. Smith, que hasta entonces se había encargado de organizar las exposiciones y administrar las ventas en Studio House, una galería dependiente de la Phillips Memorial Gallery. Su cargo en el nuevo museo fue modestamente denominado «administradora» y, aparentemente, se limitó

siempre a cumplir un papel meramente administrativo, cosa que no deja de contrastar con la organización del MoMA de Nueva York, que había empleado desde un principio a un «director», el brillante joven profesor de historia del arte Alfred H. Barr. Cabe suponer que si la subsede del MoMA en Washington no llegó jamás a adquirir obras de arte ni a publicar libros, ello se debió a que carecía de un extraordinario erudito de la envergadura de Barr.

Algo que refleja, igualmente, el carácter de la nueva institución fue su emplazamiento: en un rasgo revelador de su afiliación social, las fundadoras alquilaron como sede la primera planta del Metropolitan Club, en la esquina de las calles H y 17, con entrada propia por el nº 736 de la calle 17. A fin de adecuarlo, se cambió el decorado del local con discretas telas de tonos grises en las paredes, maderas de pino y mobiliario moderno e informal que conseguiría, según comentó con aprobación Sibilla Skidelsky, del *Washington Post*, «eliminar la fatiga y la insipidez museísticas, esa deprimente y desconsolada sensación que tan a menudo se apodera de uno en tantas instituciones». En efecto, a juzgar por las fotos de la época, el espacio no acababa de parecerse del todo al aséptico interior típico de una galería, pues seguía siendo evidente que pertenecía al edificio de un club de buena sociedad: pisos de parqué, cielos rasos decorativos con vigas y estucados con elegante ornamentación geométrica, una chimenea con repisa dando la sensación de hallarse en un salón privado. En otra sala, confortables sillones junto a ventanales que ocupaban toda la pared, y una gaveta *art-déco* presidía una salita sobreelevada a la que se accedía por dos escalones con gráciles barandillas del mismo estilo.

La institución fue denominada Museum of Modern Art Gallery of Washington (Galería del Museo de Arte Moderno de Washington, o abreviadamente MoMAG), nombre con el que se enfatizaba su vínculo con prestigioso museo neoyorquino pero también su propósito de funcionar como una galería de arte. En efecto, la intención primordial era facilitar al público de Washington la visita de exposiciones temporales de obras que, en muchos casos, serían piezas en venta. De ahí que los marchantes y dueños de galerías de Nueva York colaborasen siempre tanto o más que el MoMA en el préstamo de obras. Por otro lado, las buenas conexiones entre la elite local permitieron también conseguir numerosos préstamos de coleccionistas privados, incluyendo a Dwight Davis, el propio esposo de la presidenta. Aparte del nombre y de la colaboración para cualquier actividad, el vínculo de la MoMAG de Washington con la sede central del MoMA en Nueva York también se ponía de relieve en otro tipo de detalles, empezando por la publicidad y la captación de abonados, entre los que se distinguían cuatro categorías según el nivel de pago (deducible del impuesto sobre la renta).

Otro detalle significativo era que la entrada que se cobraba al público era igual a la del MoMA de Nueva York por entonces: 25 *cents*. Adicionalmente, dos días a la semana la entrada era gratuita. Del total de 35.892 entradas registradas en los dos años de actividad de la MoMAG, 29.670 fueron gratuitas y sólo se vendieron 6.222. Tal escasez de público en los días de pago fue motivo de amarga queja para la Sra. Davis en la carta que escribió al rendir cuentas como presidenta del comité del museo, cuando anunció el cierre definitivo de la institución a todos los abonados. Éstos habían ido disminuyendo, hasta quedar sólo 272 socios en noviembre de 1939. Así pues, la galería no consiguió ganar la fidelidad de un segmento suficientemente amplio del

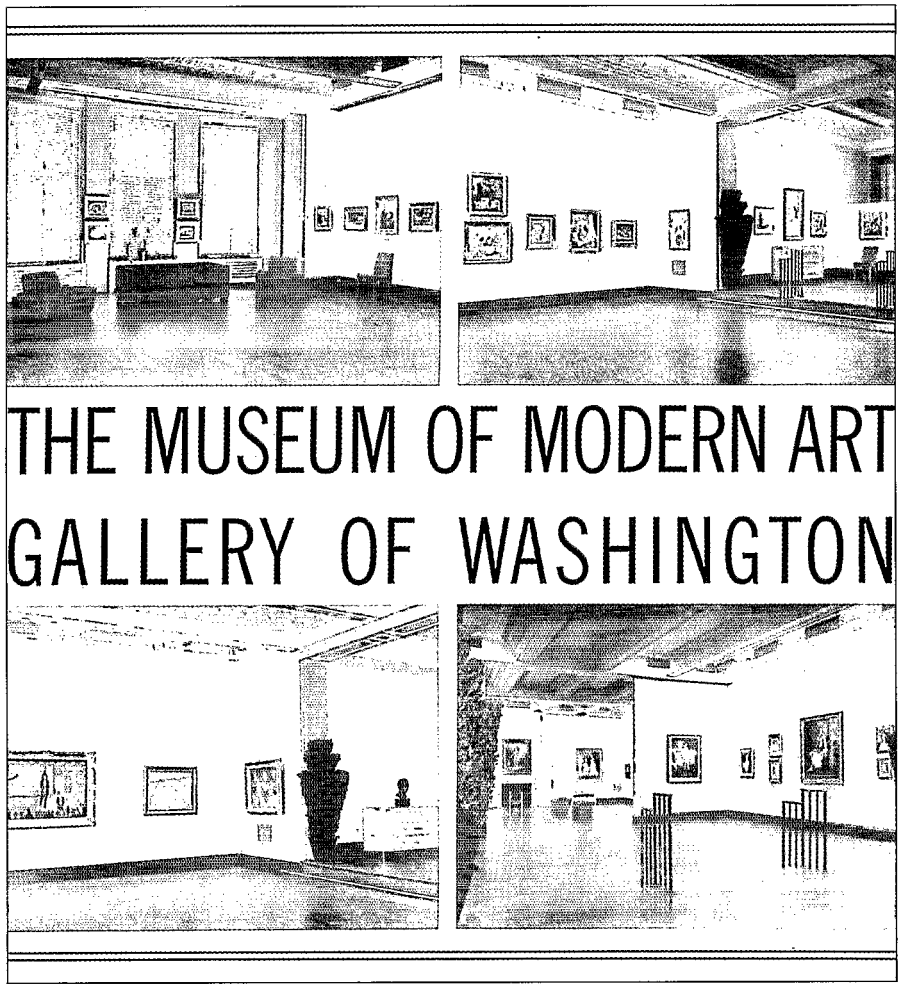
© UNESCO 2000

público local, a pesar de la esperanza justificada de contar con la visita frecuente, a la hora del almuerzo, de los funcionarios federales y oficinistas que trabajaban en Washington.

La falta de identidad

Hasta cierto punto, podría haberse supuesto que este intento de emular a Nueva York en Washington fracasaría por la falta de apoyo social al arte moderno en la capital federal, una ciudad caricaturizada desde siempre como un nido de conservadores burócratas; mientras que la imagen neoyorquina se asociaba más a atrevidos bohemios y dispendiosas grandes fortunas. Pero quizá parte del problema fue una falta de identidad definida. Bajo la dirección de Alfred H. Barr, el MoMA de Nueva York optó decididamente por el movimiento moderno internacional, trastornando al público más conservador, pero cultivando, al mismo tiempo, un amplio grupo de entusiastas incondicionales; en cambio, la MoMAG de Washington no supo definir sus preferencias artísticas y marchó a la deriva, dando bandazos entre tendencias, orígenes y épocas muy dispares, cada cual con un tipo de público diverso, pero nunca llegó a formar su propio círculo social de adeptos.

La primera muestra que las damas de la MoMAG de Washington abrieron el domingo 14 de noviembre de 1937, titulada «Cézanne, Seurat, Gauguin, Van Gogh, Renoir», fue casi una reedición de la exposición inaugural celebrada por las fundadoras del MoMA de Nueva York en noviembre de 1929, que había estado dedicada a Cézanne, Gauguin, Seurat y Van Gogh. La repetición de la misma iniciativa, 16 años más tarde, fue un gesto casi supersticioso de lealtad a la trayectoria del MoMA, cuya dirección gestionó directamente el préstamo de las 25 pintu-



© Library of the National Museum of American Art and the National Portrait Gallery, Smithsonian Institution, Washington.

Tarjeta postal con cuatro vistas del interior de MoMAG. La de abajo a la izquierda data de la exposición inaugural, dedicada a Cézanne, Seurat, Gauguin, Van Gogh y Renoir. Abajo a la derecha, se ve un aspecto de la exposición sobre retratos infantiles desde el siglo XV.

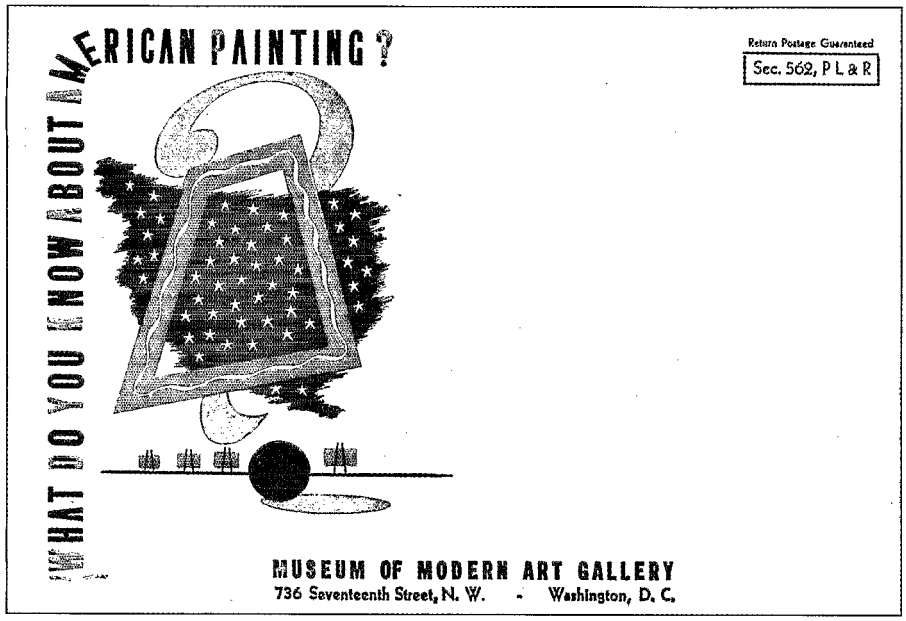
ras expuestas. La institución neoyorquina había luchado siempre por conseguir una buena reputación social para sí misma y para el arte de vanguardia americano, basándose en el prestigio de los pioneros europeos del arte moderno ya consagrados. Esta estrategia pareció aún más indicada para una ciudad poco dada al arte moderno como Washington, uno de cuyos críticos de arte más influyentes, Sibilla Skidelsky, saludó estos primeros pasos de la MoMAG con la siguiente reflexión:

> Es siempre más seguro en las primeras etapas del desarrollo de una nueva institución hacer que se limite, en los primeros meses, a las pinturas de autores familiares para los no iniciados. Después, cuando el público está ya familiarizado con la galería, su gestión, sus propósitos y fines, quien está a su cargo puede, y ciertamente así lo hará, presentar obras de las generaciones más jóvenes, tanto americanos como extranjeros, en cuyas manos está el futuro del arte mundial.[2]

Sin embargo, la misma Sibilla Skidelsky criticó ya el nivel desigual de calidad y el

© UNESCO 2000

© Library of the National Museum of American Art and the National Portrait Gallery, Smithsonian Institution, Washington, DC.



Folleto de la exposición «A Century of American Painting», en cuyo reverso se anunciaba un concurso en el que se invitaba al público a identificar los autores de los 40 cuadros expuestos.

desordenado montaje museográfico de la segunda muestra.[3] Bajo el título «Sporting Painting from 1700 to 1937» (El deporte en la pintura de 1700 a 1937) esta muestra dedicada al tema de la caza en el arte, que se inspiraba en otra similar organizada un año antes por el MoMA Nueva York, reunió del 13 de diciembre de 1937 al 10 de enero de 1938 algunas pequeñas esculturas de bronce y 60 pinturas, la mayoría de ellas obras de siglos pasados con firmas inglesas o norteamericanas (aunque había un Degas) mientras que el arte de vanguardia prácticamente brillaba por su ausencia entre las 20 obras seleccionadas de artistas contemporáneos.

El lastre histórico abrumador también se hizo sentir en la tercera exposición, «American Watercolors», que tuvo como comisaria a la pintora Alice Acheson, miembro del comité de la MoMAG. Del 18 de enero al 6 de febrero de 1938 se expusieron 70 acuarelas de otros tantos artistas norteamericanos. Un tercio de ellos tenía nombres históricos como Winslow Homer, Thomas Eakins, John La Farge, Edward Hopper y John Singer Sargent. Sin embargo, en esta ocasión había una mayoría de autores contemporáneos, tanto nacidos en los Estados Unidos como emigrantes establecidos allí, figurando entre ellos George Grosz, con una acuarela titulada *Lower New York*. Este planteamiento resultaba más próximo de la línea seguida por Barr en el MoMA, que él comparaba con un torpedo que propulsándose en las aguas pasadas avanza en punta abriéndose camino hacia nuevas aguas.

Pero en la cuarta exposición, las compuertas del distante pasado histórico del arte se abrieron ampliamente inundando y arrasando cualquier pretensión de modernidad. Los cuarenta retratos de niños que en ella figuraban eran sólo un repaso a la evolución de la pintura desde el siglo XV. Nombres históricos como Gainsborough, Fragonard, Frans Hals y Renoir, insólitos para un supuesto museo de arte moderno, dominaban la muestra que permaneció abierta del 20 de febrero al 20 de marzo de 1938.

La siguiente exposición, del 6 de noviembre al 4 de diciembre, inauguró una nueva temporada con pintura norteamericana reciente, contrastando con el anterior dominio del arte histórico europeo, pues ofrecía una selección de 46 lienzos prestados por el Whitney Museum of American Art de Nueva York. En lugar de una galería atestada con un batiburrillo de obras de diferentes épocas y escuelas, se consiguió esta vez una impresión de museografía concertada y espaciosa, lo que mereció el elogio de Elizabeth E. Poe, una entendida crítica de arte: «por la manera en que las pinturas estaban colgadas de forma coherente, cada una en relación con la de al lado y sin el hacinamiento y confusión que demasiado a menudo echan a perder una exposición».[4]

Pero en adelante, ya nunca volvería el MoMAG a tomar en bloque un conjunto

© UNESCO 2000

de obras prestadas por algún museo neoyorquino o a importar a Washington una muestra organizada en Nueva York, sino que la galería habría de producir independientemente sus exposiciones, negociando directamente con coleccionistas y marchantes el préstamo de obras. Otra señal de la mayor madurez y autonomía que iba cobrando la institución se deriva del papel más activo que la «administradora», Adele K. Smith, desempeñó en la organización de la siguiente iniciativa, que reunió entre el 11 diciembre de 1938 y el 2 de enero de 1939 un total de 53 esculturas más algunos dibujos sueltos. Bajo el título: «Modern American and European Sculpture» (Escultura moderna, americana y europea), la MoMAG volvía a albergar arte americano y europeo codo con codo, pero esta vez centrándose en esculturas y dibujos de escultores y con una importante presencia de figuras del arte moderno, tales como Alexander Archipenko, Antoine Bourdelle, Aristide Maillol e Isamu Noguchi.

Un compromiso aún mayor con la causa de la vanguardia artística internacional se evidenció en la siguiente exposición, «Paris Painters of Today» (Pintores parisinos actuales), del 29 enero al 26 de febrero de 1939. La muestra contó con un atractivo folleto-catálogo de mano y exhibía dos tipos de material. Por una parte se volvió a recurrir a préstamos escogidos en colecciones de museos, marchantes y coleccionistas de arte norteamericanos, con lo que se aseguró una nómina de firmas y obras con las que el público local ya podía estar familiarizado: Balthus, Dali, Matisse y Picasso, por citar algunos. Por otra parte, gracias a la cooperación de la Société de l'Art Present de París, esta exposición presentó también un repertorio de lienzos nunca antes vistos en los Estados Unidos, pintados por jóvenes artistas desconocidos activos entonces en la capital de Francia. El surrealismo y el fauvismo eran las tendencias dominantes, pero sin que faltaran cuadros afines al cubismo, al arte *naïf* o a la pintura intelectual, de manera que se consiguió un retrato bastante fiel del tipo de pintura que florecía entonces en París. También quedaba bien reflejado el papel de capital internacional del arte que aún desempeñaba París, pues la mayoría de los artistas representados procedían de Rusia, Italia, España, Holanda y otros países, aunque todos fueran residentes en París, como indicaba el título de la exposición. Todo ello fue ampliamente comentado en los muchos artículos sobre la exposición que aparecieron en la prensa de Washington, que se mostró generalmente entusiasta, aunque no faltó la voz discordante de una crítica que deploró que MoMAG hubiera prestado apoyo a un arte degenerado y apátrida.[5]

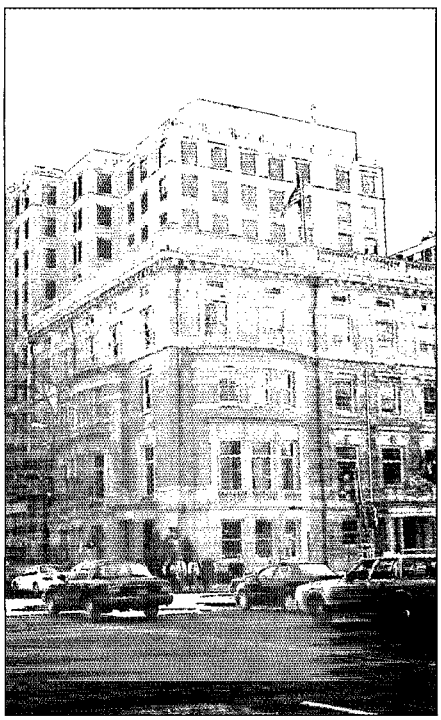
Comprometer al público

Quizá para contentar a este tipo de amantes del arte tan nacionalistas y refractarios a las vanguardias del siglo XX, los responsables de la MoMAG dieron un paso atrás y volvieron a ofrecer una retrospectiva histórica de arte norteamericano: «A Century of American Painting» (Un Siglo de Pintura Americana). Fue el montaje más innovador realizado por la institución, aunque hubo muy poca originalidad en la elección de las obras expuestas, consistentes en 40 lienzos del periodo entre 1830-1930, algunos de maestros consagrados como Whistler, Sargent, Mary Cassatt y Winslow Homer. En total, estuvieron representados 35 pintores sin que figurase entre ellos ningún artista vivo.

La novedad de la exposición fue un concurso público organizado para estimular el conocimiento del arte norteamericano y de la propia galería: del 7 al 18 de marzo los cuadros fueron expuestos

© UNESCO 2000

Foto: cortesía del autor.



El edificio que albergó la MoMAG durante su breve existencia en Washington.

sin carteles de identificación y con las firmas cubiertas; además, no se cobró entrada durante esos días. Un hermoso folleto titulado *What Do You Know About American Painting?* (¿Qué sabe usted de la pintura americana?) anunció los premios del concurso: quienes identificasen correctamente todos los nombres de los artistas obtendrían abonos de 15 dólares de suscripción a la MoMAG como recompensa. Como premio de consolación, se ofrecía una suscripción de 5 dólares a quienes acertasen al menos el 75% de las autores. El domingo 19 de marzo se dio la lista de artistas en las páginas de arte de los periódicos de Washington, y desde entonces hasta el 2 de abril la exposición continuó abierta, pero en las condiciones habituales, con carteles indicando el autor y título de cada obra. La respuesta del público fue desbordante, recibiéndose más de 5.000 visitantes, muchos de los cuales iban luego a las bibliotecas públicas para consultar enciclopedias y manuales de arte, aunque sólo hubo 31 ganadores del premio de consolación y sólo dos concursantes acertaron la autoría de todos los lienzos. No menos entusiasta fue la respuesta de la prensa, algún crítico de arte hasta llegó a celebrar la originalidad de esa presentación donde las obras de arte destacaban por sus propios méritos y no por la reputación de sus firmas, pero la reacción más entusiasta vino de algunos marchantes de arte como John Cunnigham, de Knoedler's Gallery en Nueva York, que hizo las siguientes declaraciones: «Este concurso es el mayor paso adelante dado para hacer que América sea consciente de sus antecedentes artísticos. Cada museo de la nación emulará la experiencia de la Galería del Museo de Arte Moderno de Washington».[6]

Sin negar la vocación didáctica y populista inherente a todo museo, parece que estos esfuerzos por ganarse al gran público tenían mucho que ver con la precaria situación económica que amenazaba la supervivencia de la institución. Significativamente, del 11 de abril al 7 de mayo de 1939 el arte norteamericano más popular volvió a protagonizar la siguiente y última exposición, «Art and Decoration Designed and Executed in the United States» (Arte y decoración diseñados y realizados en los Estados Unidos). Ciertamente, el MoMA de Nueva York había tratado también de revalorizar las artes decorativas como vehículo de la modernidad, pero no es menos cierto que las damas de MoMAG debieron de ver en las cerámicas, tejidos, cristales, alfombras, artesanía en madera tallada, paneles decorativos y diseños murales allí presentados, una combinación de utilidad, belleza y modernidad que podría atraer incluso a los menos adeptos a las vanguardias artísticas.

Efectivamente, también esta exposición fue un éxito de público, con un promedio de 200 visitantes por día, y hasta aquella crítica que había vilipendiado la muestra retrospectiva de París, no encontró ahora palabras para alabar esta última exposición:

> Al entrar en la galería el visitante queda fascinado por el exquisito montaje, decorativo en el más alto sentido, y de un gusto casi intachable. No sólo contribuye a este efecto la colocación de las piezas en función de su tamaño, escala y color, sino también la iluminación. He aquí un supremo ejemplo del arte de exponer. Nada parece estar colocado para «pasar revista», todo está en «su» sitio, y reinan tanto la unidad como la armonía. El uso de flores bellamente dispuestas es, en esta florida estación, un factor más que contribuye a este resultado.[7]

El final de la experiencia

Quizá hubo también una componente de compasión y simpatía en el unánime respaldo que el público y la crítica prestó

© UNESCO 2000

a la exposición de artes decorativas norteamericanas, pues ya antes de su inauguración la presidenta de MoMAG había anunciado que sería la última. Según las cuentas de la Sra. Davis, en dos años de actividad la institución había recaudado, entre entradas y abonos, un total de 10.000 dólares, mientras que sus gastos ascendían a 33.000 dólares y, a falta de subvenciones de los poderes públicos – que tampoco eran de esperar –, el déficit de 23.000 dólares tuvo que ser sufragado por dos miembros del patronato del museo. Contra el cierre anunciado reaccionaron muchos artistas, marchantes, expertos y el público en general, con cartas de protesta, de las que dieron cuenta los periódicos. Tampoco faltaron emocionadas palabras de despedida el día del cierre definitivo.[8] Muchos hicieron votos por el pronto surgimiento de un nuevo museo de arte moderno en Washington, pero pecaron de ilusos, pues el recuerdo de la Galería del Museo de Arte tuvo, evidentemente, más un efecto disuasivo que estimulante. La atención inmediata de la Sra. Davis se centró en otros proyectos y en la casa nueva a la que acababa de mudarse.

Por su parte, Adele K. Smith, la «administradora» de la galería (que luego habría de convertirse en la señora S. Brown), no tardó en encontrar un puesto en la maquinaria federal, trabajando entre 1940 y 1942 en la Sección de Bellas Artes del Departamento del Tesoro con el cargo de *exhibition assistant* (asistente de exposiciones); muchos años más tarde, aún recordaba con orgullo la interesantísima carrera profesional que había vivido en sus años juveniles como gestora de instituciones artísticas. En 1996 donó a los Archivos de Arte Americano de la Smithsonian Institution una miscelánea de documentos – recortes de periódicos, fotografías, cartas – que es, hasta ahora, el más rico filón de información sobre la historia de aquella subsede del MoMA que operó en Washington hace sesenta años. A ella, y a Cecilia H. Chin, bibliotecaria de la Smithsonian Institution, Washington, que tuvo la amabilidad de contactarme por Internet y de enviarme luego por correo un gran sobre con fotocopias de la correspondiente documentación, quisiera dedicar este artículo. Ojalá su lectura inspire a otros museólogos o profesionales de museos para rescatar la memoria histórica de otros museos desafortunados que no lograron sobrevivir. Si es verdad que se aprende de los errores, todos deberíamos hacer un esfuerzo por aprender de los fracasos museísticos del pasado, interesándonos también por la historia de aquellas instituciones que se quedaron en proyecto sin llegar a funcionar, además de aquellas que emergieron, pero que un día dejaron de existir. ■

Notas

1. Jesús Pedro Lorente, *Cathedrals of Urban Modernity, The First Museums of Contemporary Art, 1800-1930*, Aldershot (Reino Unido)/Brookfield (EE UU)/Sydney (Australia)/Singapur, Ashgate Press, 1998.
2. Sibilla Skidelsky, «Washington comes of age artistically with the opening of Modern Art Gallery. Capital gets new role in U.S. culture», *The Washington Post*, 21 de noviembre de 1937.
3. Sibilla Skidelsky, «Exhibition of sporting paintings found flat despite several interesting canvases», *The Washington Post*, 19 de diciembre de 1937.
4. Elizabeth E. Poe, «Modern art show reveals deep interest of capital in painting», *Times Herald*, 13 de noviembre de 1938.
5. Leila Mechlin, «"Paris painters" exhibition reflects European muddle. Ugliness and incompetence in pictures at Museum of Modern Art», *The Sunday Star*, 5 de febrero de 1939.
6. *Times Herald*, 12 de marzo de 1939.
7. Leila Mechlin, «Modern artists have spoken with taste and authority. Furniture, glass, fabrics and rugs on display at Museum of Modern Art», *Washington Star*, 16 de abril de 1939.
8. Elisabeth E. Poe, «Modern Art Gallery will close today», *Times Herald*, 7 de mayo de 1939.

© UNESCO 2000

Libros

Basic Museum Studies, por Soja Tanner Kaplash. (British Columbia Museums Association, Victoria, Canadá, 1996, 365 págs., Glosario y Apéndice, 30 págs.).

La obra *Basic Museum Studies* (Estudios básicos de museología) se define a sí misma como un «conjunto de materiales de formación» y, como tal, contiene secciones sobre los aspectos más relevantes de las actividades museísticas. Al término de cada sección se presentan las conclusiones correspondientes y un apartado especial con una serie de notas o instrucciones para su utilización por parte del monitor (o instructor) o del estudiante autodidacta. Las preguntas y respuestas varían poco de una sección a otra, pero cabe interrogarse cómo una persona sin experiencia previa en el mundo de los museos podría utilizar una publicación de tal amplitud prescindiendo de la ayuda de un instructor o un tutor.

La cronología prevista en el estudio parece poco realista, pues se sostiene que «cuando éste está dirigido por un instructor, la sesión de introducción y cada uno de los siete módulos requerirán un total de ocho sesiones de, aproximadamente, una hora y cuarto cada una, es decir, una duración total de dos días completos de instrucción. Los módulos comprenden entre dos y cuatro unidades, cada una de las cuales puede ser tratada en un lapso de 15 a 25 minutos». Lo cierto es que éste podría ser el «plan de estudios» de un programa universitario de estudios de museología de uno o dos años de duración.

Los participantes o público destinatario comprenden: «personas sin experiencia previa en el campo museístico [...] y puede tratarse de empleados nuevos o temporales (estivales), voluntarios, nuevo personal directivo, o miembros de una sociedad museística [...] El manual está dirigido a alumnos con un nivel de lectura correspondiente al de los cursos 10-12». Evidentemente, no se pretendía que éste fuese un plan de estudios para su uso en el aula, pero tras examinar el volumen de material, se deducirá, probablemente, que tal debería ser el caso. De ser así, sin embargo, sería preciso aumentar el nivel de instrucción en lo que respecta a las referencias, conclusiones, notas, preguntas y respuestas. También podría cuestionarse el nivel anteriormente mencionado de los empleados, voluntarios y miembros directivos, ya que en algunos casos poseen diplomas universitarios o títulos superiores.

El conjunto de materiales giraba en torno a siete materias principales (módulos de aprendizaje con sus subtemas respectivos): «Introducción a los museos», «Administración», «Gestión de las colecciones de documentos», «La conservación de las colecciones», «La comunicación de los programas educativos», «Las presentaciones de objetos» y «La mejora de nuestra imagen – relaciones públicas». Los términos «curso» y «taller» se utilizan indistintamente. En función del volumen del material, puede decirse que se trata sobre todo de un «curso», y debería presentarse como tal.

Existen listas de «objetivos de aprendizaje» en cada módulo, junto con actividades y lecturas que se proponen a los profesores. Los objetivos de aprendizaje son sumamente importantes y constituyen un componente básico del conjunto de materiales. Posteriormente, se podrán obtener diapositivas. El conjunto de materiales fue diseñado como complemento de las normas de la Asociación de Museos de Columbia Británica, aprobadas en la reunión anual de 1992.

La autora afirma que todo el material didáctico figura en el manual, y que «los participantes no precisarán ningún otro material de lectura». Que todo lo que hay que aprender sobre un museo pueda estar contenido en un solo documento es algo discutible. Es más, es necesario actualizar el material de lectura sugerido para los profesores, para que sea relevante en el contexto actual. A continuación presentamos un resumen de las distintas secciones.

El acopio antes y ahora. Se trata de una sección bien concebida sobre la historia de los museos, en la que se ofrece un panorama claro, y se alude a la experiencia canadiense. Sin embargo, una vez más, las notas dirigidas al autodidacta y al profesor son demasiado parecidas para que puedan utilizarse por separado. Las notas del profesor no son siempre tan exhaustivas como cabría esperar, a saber, la lista de las categorías de museos, los tipos de colecciones y los de museos comunitarios. Tal como se sugiere, las visitas a los museos constituyen una actividad relevante. Dos unidades, «El trabajo de museo» y «Especialidades laborales», fueron concebidas como guiones de una serie de diapositivas, pero éstas no estaban disponibles en el momento de la publicación de los materiales, por lo que se puede afirmar, en cierto modo, que éstos estaban incompletos.

La administración. Los subtemas, que se abordan con bastante detalle, comprenden: «El marco jurídico», «El régimen», «La gestión» y «La seguridad del museo». Ahora bien, en los objetivos didácticos se advierten omisiones, como la importancia de la descripción de la misión y el destino de los fondos asignados. Se debe tener presente que los temas de orden jurídico son especialmente relevantes para los canadienses, sin embargo, las descripciones de las normas, juntas y los consejos de administración son lo suficientemente generales como para ser aplicables en cualquier lugar.

El régimen. En esta parte del documento se hace alusión, como corresponde, a la importancia de las declaraciones de propósitos, de misión y de ética. Se recomienda prudentemente la necesidad de regirse por políticas específicas, aunque se omite mencionar las políticas relativas a las colecciones, la educación y las posibilidades de acceso. Se mencionan las responsabilidades jurídicas de los miembros del consejo de administración, al igual que la finalidad de la planificación a largo plazo y, lo que es más importante, los principios éticos como cimiento básico de lo que se va a construir. Se incluyen las políticas operativas que constituyen elementos de las actividades del museo y que determinan los criterios que deben regir los métodos utilizados y su aplicación.

La gestión. El tema de la gestión de fondos, las personas y la información, es tratado con gran detalle – se incluye una muestra de balance – y se recomienda la

utilización de ciertos materiales de referencia. Una vez más, se hace alusión a los reglamentos canadienses cuando tienen relación con el asunto que se analiza, a saber, las evaluaciones escritas y la emisión de recibos con fines fiscales.

La seguridad del museo. En esta sección se aborda acertadamente la cuestión de los seguros, la gestión de los riesgos, los accidentes, los actos delictivos, los desastres naturales, los disturbios sociales y las actividades industriales. Se evoca acertadamente el tema de la seguridad preventiva (se pueden obtener materiales audiovisuales sobre este tema, pero no se los menciona). Anualmente, se organizan conferencias especiales sobre la seguridad en los museos.

Las colecciones. Probablemente se trate del módulo más extenso de todo el conjunto y podría constituir por sí solo un libro. Los subtemas «Los museos son coleccionistas públicos», «Consideraciones políticas», «Procedimiento y registro de las adquisiciones», y «Procedimiento y registro de los objetos prestados y los que se eliminan» son tratados en profundidad y están escritos con acierto, aunque el principiante podría encontrar dificultades para interpretar correctamente términos como «Leyes y convenios». Algunos códigos y leyes pertenecen exclusivamente a la legislación canadiense, por lo que sería necesario adaptarlos a otros entornos. No obstante, las normas generales de contabilidad son de carácter universal.

Consideraciones de política. Se estima que las políticas de gestión de las colecciones y su aplicación a ámbitos como el de la adquisición de objetos, su eliminación y los préstamos revisten una importancia capital, y se utilizan gráficos para ilustrar con precisión las cuestiones planteadas. Se ponen de relieve los temas de índole jurídica y ética, junto con los documentos adecuados en lo que atañe a todas las transacciones que son efectuadas en los museos. El autor señala que «si un posible donante no es el verdadero propietario del objeto, no puede donarlo al museo [...] por muy interesante que éste sea para las colecciones».

Procedimiento y registro de las adquisiciones. En esta unidad se destaca la importancia de los procedimientos y los registros, y se explican con detalle las directrices que rigen las actividades cotidianas del personal del museo. La unidad de «adquisiciones» también se concibió como un guión para una serie de diapositivas que, sin embargo, no estaban disponibles, con lo cual, esta sección queda con una especie de vacío. No obstante, hay un texto relativamente completo sobre los procedimientos que se deben seguir cuando un museo adquiere objetos, incluyendo obsequios, compras, acuerdos con respecto a las donaciones, facturas, fletes, almacenamiento y métodos de registro. Los gráficos, las listas, los ejemplos y los recuadros informativos resultan muy útiles para elaborar el catálogo del museo, y se sugiere la posibilidad de recurrir a un sistema informatizado.

Procedimiento y registro de los objetos prestados y los que se eliminan. Se trata de una unidad en la que se describen con gran precisión las políticas que rigen las transacciones de los museos, como los préstamos que se efectúan y los reglamentos aplicables; los préstamos recibidos y los registros destinados a proteger ambas partes, con propuestas para la creación de un sistema de enumeración. La cuestión de los objetos que se suprimen («desadquisiciones») recibe la atención que merece y que es necesaria para que los museos ejerzan sus actividades de conformidad con principios éticos y jurídicos.

El cuidado de las colecciones – La conservación. Los objetivos de aprendizaje de esta sección revisten una importancia capital, y constituyen un elemento clave del propósito de este módulo que, en esencia, trata la cuestión de la conservación preventiva. Los cambios son inevitables, y el deterioro y los daños van en aumento, siendo en muchos casos irreversibles. Por tanto, el personal de los museos tiene que comprender que los problemas de luz, calor, humedad, contaminación del aire, insectos, moho, manipulación física, métodos para montar las exposiciones y los robos constituyen una amenaza para la vida de los objetos y artefactos. El personal, el consejo ejecutivo y los voluntarios deben ser conscientes de las políticas de conservación y, en muchos casos, se debe sensibilizar también, en este sentido, a los visitantes.

¿Qué se puede hacer? En esta sección se indican diversas técnicas de manipulación y políticas de conservación por medio de gráficos, y se analiza la importancia de la formación, tanto del personal como de voluntarios. Se destacan las ventajas de crear un ámbito de trabajo independiente para el examen y la supervisión, así como zonas «aisladas» para controlar posibles infestaciones. La instalación de estanterías de metal, la colocación de fieltro en los cajones, el almacenamiento de los objetos, el montaje y el empaquetamiento son algunas de las medidas preventivas que se exponen en este módulo.

Programas educativos – comunicación. Los objetivos didácticos de los programas de educación museística son excelentes, y sería deseable que el contenido de la sección «Cómo...» fuese tan amplio como el módulo de las colecciones. El aprendizaje permanente, la investigación museística y la formación del personal son parte integrante de la interpretación del museo y de la experiencia a través de la educación. La edu-

© UNESCO 2000

cación en un museo es un tipo de comunicación que adopta distintas formas, entre ellas el esparcimiento, y, sin embargo, no comprende la comercialización. Reconocer los estilos de aprendizaje, comprender los intereses de la comunidad y ser conscientes del carácter exclusivo de los objetos «originales» son factores que contribuyen, sin excepción, a una comunicación eficaz. El autor diferencia, con acierto, los estilos del aprendizaje de los adultos y los niños. Resumiendo, lo más importante es que el autor resalta la tendencia actual de los museos a iniciar investigaciones sobre temas como el racismo, el bienestar material, la pobreza, las malas condiciones de la vivienda, el desempleo, la droga, el deterioro de las ciudades, la planificación urbana y la educación pública. A esto podrían sumarse los problemas del medio ambiente y los cambios sociales. La investigación centrada en los objetos, desde el examen de artefactos corrientes de la época actual hasta el de los objetos históricos o científicos más esotéricos se justifica bastante bien por sí misma. La formación del personal o la evolución profesional son campos que requieren reglamentación, al igual que los citados anteriormente.

Las escuelas y los museos. Las actividades de extensión, las visitas organizadas por las escuelas y las empresas de cooperación – a lo que puede añadirse la formación del personal docente – constituyen un factor importante de la relación entre el museo y la escuela. Tal es la orientación práctica de este módulo. Para crear programas eficaces es importante poner énfasis en un plan de estudios multicurricular, concediendo al museo el papel de iniciador y a las escuelas el de aliadas. Un método de divulgación consiste en crear colecciones especiales que puedan utilizarse para constituir conjuntos de material didáctico que contengan objetos fácilmente reemplazables o reproducciones identificables. Una planificación adecuada de la visita al museo de las escuelas ha de tener en cuenta cuestiones prácticas tales como el estacionamiento para los autobuses, la seguridad de los caminos de acceso, un guardarropa suficientemente grande, instalaciones sanitarias adecuadas, un punto de encuentro y una sesión de orientación. Los objetivos de cada programa, como desarrollar capacidades básicas para evaluar los hechos históricos en cada curso, deberían incluir debates con los profesores. También sería una buena idea disponer de un manual para el maestro. «Las empresas de cooperación», otra sección importante para los educadores de museos, contiene sugerencias para la introducción de la genealogía por los alumnos que aprenden técnicas para realizar entrevistas en el contexto de la historia oral propuesta (especialmente dirigida a los alumnos de secundaria).

La presentación de los objetos expuestos.[1] El autor titula las secciones «El museo se comunica», «Planificar las exposiciones», «Escribir para las exposiciones» y «Actividades complementarias», que comprende la evaluación. Los objetivos de aprendizaje son de carácter global, pese a ser obvio que los museos no siempre han representado la historia con exactitud. Aunque en algunos casos pueda ser así, no se trata realmente de un objetivo de aprendizaje paralelamente a la transmisión de información e ideas por medio de las exposiciones. Tras aludir a los «primeros tiempos» (¿cuándo fueron «los primeros»?), se expone la evolución de los museos como comunicadores, desde la práctica de exponer, principalmente, objetos «antiguos» hasta la interpretación histórica actual con puntos de vista múltiples. Se describe, con precisión, los distintos tipos de exposiciones (permanentes, temporales e itinerantes), teniendo en cuenta los dos elementos comunes – los objetos y los rótulos –, aunque apenas se hace alusión a los museos que no coleccionan y que pueden organizar exposiciones conceptuales con pocos objetos, o incluso con ninguno. El autor concede especial importancia a la necesidad de contar con una política de exposición y con cuanto debe tenerse en cuenta acerca de los recursos, los procedimientos y la administración. En cuanto a la «planificación de exposiciones», puede decirse que se defiende con firmeza el principio de acción «en equipo» para identificar y abordar los problemas que surgen y lograr así convertir una idea en un plan viable. El autor presenta las dificultades logísticas de la planificación, entre las que figuran la preparación de un documento para el calendario de producción. Se incluye un ejemplo de esquema de exposición, un argumento y un guión. La sección sobre «Elementos de diseño» se presenta de una forma especialmente cuidada y en ella se destaca la necesidad de contar con un plano detallado, modelos a escala (con ejemplos), un emplazamiento para los objetos y ciertas «herramientas» como pueden ser el color, la textura y la iluminación. Las notas de esta sección están excepcionalmente bien hechas. «Escribir para las exposiciones» comprende rótulos, paneles explicativos y catálogos (o guías). Se dan explicaciones sobre las dimensiones de los caracteres de imprenta, pero no se menciona el caso de los visitantes con problemas visuales. Los ejemplos de rótulos de objetos, indicando los defectos posibles, constituyen una lección de cómo examinar el tipo de letra y el espacio para presentar y ubicar el rótulo. Las notas están bien presentadas, si bien, una vez más, las dirigidas al autodidacta y las del instructor son reiterativas. Se examinan, con cierto detalle, algunas formas de evaluación, pero se trata de un tema

© UNESCO 2000

excesivamente amplio como para ser tratado de manera tan limitada.

Mejorar nuestra imagen – relaciones públicas. Este módulo abarca temas como: «¿Quiénes visitan el museo?», «Promocionarnos a nosotros mismos», «Relaciones con los visitantes» y «Servicios que se ofrece al visitante», todos ellos de importancia capital. Desde el punto de vista conceptual, los objetivos de aprendizaje son muy adecuados. El autor lanza un desafío a los museos basándose en que éstos carecen de información sobre las personas que no los visitan. (Nota: En la lista de los visitantes asiduos del museo no figuran las personas de edad y los jubilados, que se están convirtiendo en un sector muy importante del público y una cantera de voluntarios). El autor tiene en cuenta a un grupo importante de visitantes, las personas con necesidades especiales, centrándose particularmente en los discapacitados. Se indican con claridad las soluciones y las medidas potenciales para hacer frente a estos problemas. «Promocionarnos a nosotros mismos» reitera la necesidad de esclarecer la imagen del museo, recurriendo a los nuevos medios de comunicación como transmisores, atrayendo socios e impartiendo formación al personal sobre las relaciones con los visitantes. Las secciones, bien articuladas, «Cómo...» sobre las relaciones de los medios de comunicación y el aumento del número de miembros, concurren para explicar la utilidad de los voluntarios en los museos. A continuación, viene el tema «Servicios que se ofrecen al visitante», que comprende actividades comerciales (se sostiene la importancia de un código de deontología para las tiendas de museos), restaurantes, servicios de alquiler, actos especiales y otras actividades de recaudación de fondos, las cuales han de estar relacionadas con la misión del museo, tanto desde el punto de vista ético como jurídico, y requieren un apoyo por parte del consejo directivo. El glosario final es excelente, pero la lista de fuentes podría ampliarse y actualizarse con recursos complementarios para las relaciones e interacciones entre la comunidad y el museo, y el desarrollo del patrimonio cultural.

En conclusión, podría decirse que esta publicación constituye un amplio conjunto de materiales de calidad que representan básicamente un curso que debe ser impartido por un instructor, más que un curso para autodidactas o un taller breve.

Libro revisado por Jane R. Glaser, Investigadora Asociada en los Smithsonian Archives de Washington, D.C.

Nota

1. En su sentido literal, los objetos que se exponen son «cosas», mientras que una exposición describe en realidad lo que el autor trata de explicar en este módulo.

© 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° 204 (vol. 51, n° 4, 1999)

Portada:
Imagen abstracta que representa la autopista de la información.
© Tony Craddock/S.P.L./Cosmos

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 y 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 1999
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 1999
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 Archivos

La más prestigiosa edición crítica de textos de los clásicos de la literatura latinoamericana del siglo XX



- Más de 500 especialistas de 32 países han colaborado hasta el presente en la Colección Archivos, que ofrece a profesores, estudiantes y especialistas un instrumento de investigación único sobre los autores más representativos de la literatura de América Latina del siglo xx.

- Elaborados por equipos internacionales pluridisciplinarios coordinados por reconocidos especialistas de cada autor, las ediciones críticas de Archivos permiten el estudio del establecimiento del texto y de su itinerario histórico y el análisis de las obras en el contexto cultural, artístico y social del autor.

- La colección consta actualmente de 40 volúmenes

Últimos títulos publicados:

Pedro Enríquez Ureña
Ensayos
Volumen 35

Ramón López Velarde
Obra Poética
Volumen 36

Oliverio Girondo
Obra completa
Volumen 38

Severo Sarduy
Obra completa (2 tomos)
Volumen 40

Vida y obra de
Miguel Angel Asturias
1899-1999
(Fuera de serie)

Solicite una lista completa de títulos y precios a:
EDICIONES UNESCO
7, place de Fontenoy
75352 Paris 07 SP
France
Fax: +33 1 45 68 57 37
Internet: www.unesco.org/publishing
E-mail: publishing.promotion@unesco.org