

Colaboradores en este número

Gema Ríos Rosario
Eska Elena Solano Meneses
Alberto Álvarez Vallejo
Adolfo Guzmán Lechuga
Alejandro Pérez Cervantes
Adrian Moreno Mata
Guadalupe Gaytán Aguirre
Verónica Ariza
Erika Valenzuela
Lucía Arellano Vázquez

H+D

HÁBITAT **MÁS** DISEÑO



PUBLICACIÓN SEMESTRAL / AÑO 2 / NUMERO 4/ 2010/ ISSN: EN TRÁMITE
REVISTA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE LA FACULTAD DEL HÁBITAT DE LA U.A.S.L.P.
PRECIO EN MÉXICO: \$40.00 / EN EL EXTRANJERO: 8.00 USD

Directorio

Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Mario García Valdez
Rector

Manuel F. Villar Rubio
Secretario general

Luz María Nieto Caraveo
Secretaría académica

Dr. Fernando Toro Vázquez
Secretario de investigación

Facultad del Hábitat
Anuar Abraham Kasis Ariceaga
Director

María Dolores Lastras Martínez
Secretaría académica

Fernando García Santibáñez Saucedo
Coordinador del posgrado de la Facultad
del Hábitat

Jesús Victoriano Villar Rubio
Coordinador de Investigación de la Facultad
del Hábitat

Carla de la Luz Santana Luna
Editora

Eulalia Arriaga Hernández
Redacción

Ana Luisa Oviedo Abrego
Traducción y corrección del inglés

César Augusto Arroyo Méndez
Ismael Posadas Miranda García
Diseño editorial
CEDEM, Centro de Diseño Editorial
y Multimedia, Facultad del Hábitat

H+D HÁBITAT MAS DISEÑO, año 2, número 4, Junio-diciembre 2010, es una publicación semestral editada por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Álvaro Obregón #64, Centro Histórico, C.P. 78000. San Luis Potosí, S.L.P. A través de la Facultad del Hábitat por medio del Instituto de Investigación y Posgrado del Hábitat. Con dirección en: Niño Artillero # 150, Zona Universitaria C.P. 78290. San Luis Potosí, S.L.P. Tel. 448-262481. <http://habitat.uaslp.mx>. Editora responsable: Carla de la Luz Santana Luna. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2010-120716055100-102, ISSN: en trámite. Licitud de Título y Licitud de Contenido: en trámite. Impresa en los Talleres Gráficos Universitarios, Av. Topacio esq. Blv. Río España s/n, Fracc. Valle Dorado, C.P. 78399, San Luis Potosí, S.L.P. Este número se terminó de imprimir el 11 de Diciembre de 2010 con un tiraje de 1000 ejemplares.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin

previa autorización de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, a través de la Facultad del Hábitat.

Colaboradores en este número

Gema Ríos Rosario
Eska Elena Solano Meneses
Alberto Álvarez Vallejo
Adolfo Guzmán Lechuga
Alejandro Pérez Cervantes
Adrián Moreno Mata
Guadalupe Gaytán Aguirre
Verónica Ariza
Erika Teresa Valenzuela Hernández.
Lucila Arellano Vázquez

Comité editorial y de arbitraje

Dr. Félix Beltrán Concepción
Universidad Autónoma Metropolitana

Dr. Jorge González Claverán
Universidad Nacional Autónoma de México/IPN/UAEM

Dra. María de Lourdes Díaz Hernández
Universidad Nacional Autónoma de México

MAV. Adolfo Guzmán Lechuga
Universidad Autónoma de Coahuila

MCM. Eduardo Santos Perales
Universidad Autónoma de Coahuila

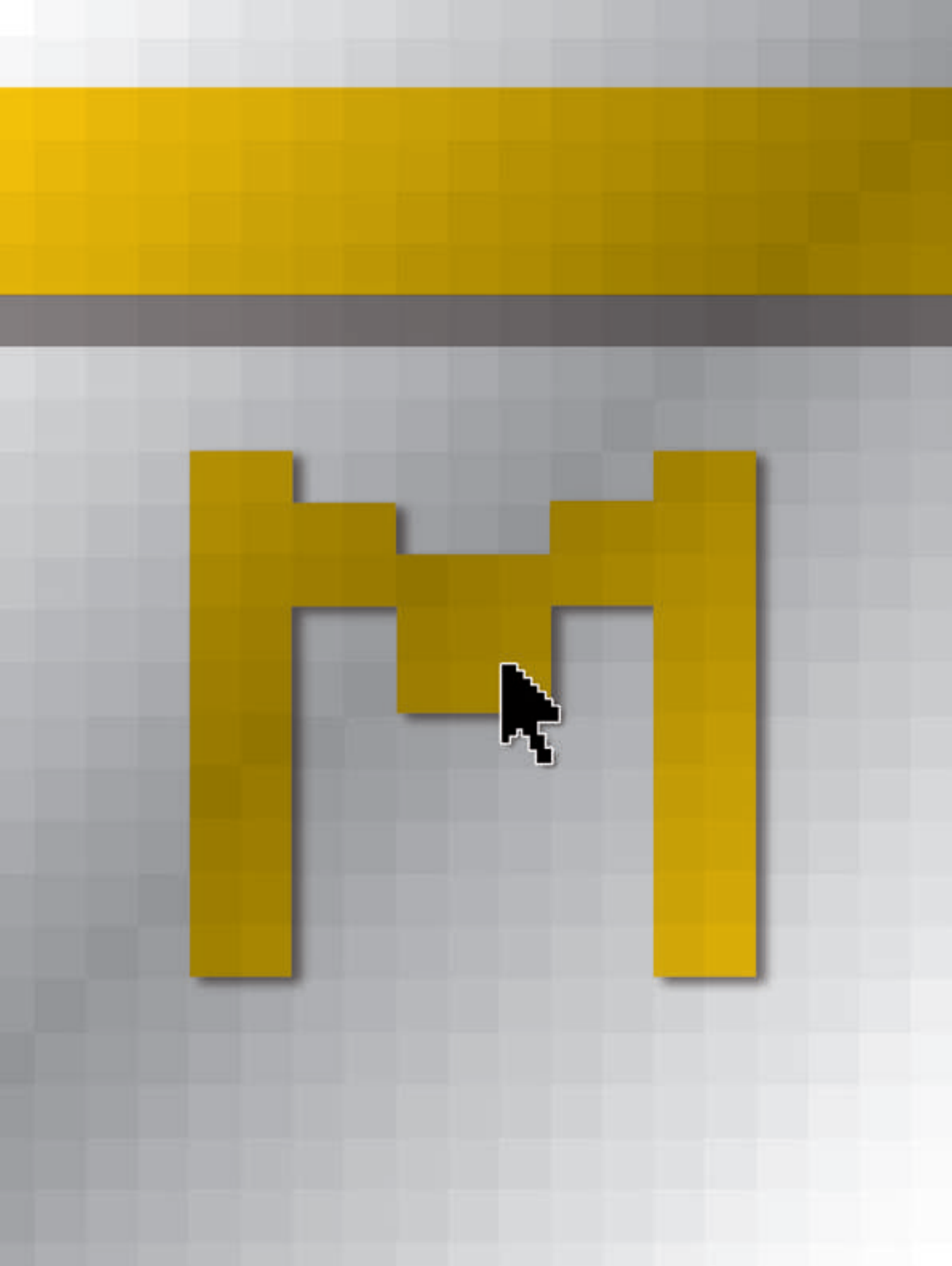
Dr. DG. Héctor Fernando García Santibáñez Saucedo
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

MDG. Ernesto Vázquez Orta
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Los artículos publicados por **H+D HÁBITAT MÁS DISEÑO** son sometidos a un estricto arbitraje de pares académicos, en la modalidad de árbitros y autores desconocidos. Los pares académicos son en su mayoría externos a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Índice

Carta de la Coordinadora editorial	3
Presentación	5
El museo de arte popular y su presencia en Internet.	10
Gema Ríos Rosario	
Crítica posestructuralista del fenómeno arquitectónico	27
Eska Elena Solano Meneses	
Alberto Álvarez Vallejo	
Un acercamiento al arte activista y su práctica en la frontera norte de México.	37
Adolfo Guzmán Lechuga	
Alejandro Pérez Cervantes	
La arquitectura mexicana en busca de sentido: modernidad, crisis y una modernidad alternativa	49
Adrián Moreno Mata	
Diseño Gráfico-Educación: fortalezas y debilidades	61
Guadalupe Gaytán Aguirre	
Los alcances de las Tecnologías de la Información y Comunicación	69
Verónica Ariza	
Erika Valenzuela	
Historia de la gráfica editorial en Mexicali a través de las tarjetas postales durante los primeros 27 años de su fundación	76
Lucila Arellano Vázquez	
Semblanzas	87
Guía para los autores	90



El museo de arte popular y su presencia en Internet

The popular art museum and its presence in the internet

Gema Ríos Rosario

Recibido: 26/05/2010 Dictaminado: 27/06/2010

Resumen

Los museos de arte popular frecuentemente desaprovechan los beneficios que Internet ofrece como medio para establecer un terreno común con el visitante, reduciéndolo a un recurso informativo o catálogo digital. A partir de esto se presenta un modelo museográfico que busca incidir en la experiencia museística del visitante como complemento a lo presentado en el museo *in situ*¹ y facilitar la comprensión² del mensaje expositivo en un entorno virtual en línea, con recursos que favorezcan dicha acción y generen interacciones entre museo, visitantes y objetos, propiciando con ello visitas posteriores.

Palabras clave: Experiencia museística, museo virtual, cibernmuseo, museografía, diseño, Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), arte popular.

Abstract

Folk art museums frequently miss the benefits that Internet offers as a means by which they can establish common ground with the visitor, reducing it to a digital catalog or information resource.

This document presents a museographic model that seeks to influence the visitor's experience in a museum to supplement what is presented in situ³ and increase the understanding⁴ of expository messages in a virtual environment with resources that promote such action and create interactions between museum visitors and objects, thus contributing to subsequent visits.

Keywords: Museum experience, virtual museum, cybermuseum, museographic, design, Information Technology (IT), folk art.

¹ Al referirse al museo en un entorno físico, se designará museo "in situ"

² La comprensión es parte de la experiencia museística, sin embargo se valora en función de los recursos que se facilitan al visitante para hacer comprensible el mensaje del cibernmuseo.

³ When this work refers to a museum in a physical environment, the term "museum in situ" is used.

⁴ Understanding topics exhibited is part of the museum experience, nevertheless, understanding in a cybermuseum environment depends on resources applied to make topics easily apprehendable.

Introducción

El museo como institución al servicio de la sociedad ha tenido que ir evolucionando, adaptándose a las nuevas necesidades del visitante; de ser una institución con un fin científico (en la Edad Antigua con el *Museum*); religioso, económico (tesoro público y muestra de fastuosidad) y político (señal de poder) en Grecia y Roma; artístico y económico (donaciones o botines de guerra) en la Edad Media; hedonista, económico, científico o formativo⁵ en el Renacimiento, se convirtió en un espacio público,⁶ sin fines de lucro al servicio de la sociedad, valorándose como un medio de comunicación y espacio turístico, inmerso en una sociedad donde la información y la comunicación han adquirido gran importancia y donde las TIC se han integrado lentamente en estos espacios culturales.

La Nueva Museología y la Primera Cumbre Hemisférica de los Museos de las Américas (CHMA) (ILAM 1998), han priorizado el desarrollo humano a nivel económico, social y cultural, considerando al museo como el lugar adecuado para la protección y difusión del patrimonio cultural de un pueblo y un medio que propicia la autoafirmación de sus raíces y sentido de pertenencia a su cultura.

Tomando en cuenta esta visión, se hace una revisión y análisis de la presencia de diversos museos en Internet para conocer hasta qué punto el visitante tiene esa importancia en dichos espacios, observándose en la mayoría de los casos una oferta netamente informativa por parte del museo, donde el visitante solo puede ser espectador.

Se propone entonces un modelo museográfico que tiene como objetivo primordial

enriquecer la experiencia museística del visitante a través de recursos que propicien una mayor interacción y comprensión, teniendo como ejes rectores el contenido adecuado por parte del museo, un diseño en el que se ponga de manifiesto la museografía en estos ambientes virtuales y materialice las propuestas didácticas, haciendo uso de recursos tecnológicos que enriquezcan la experiencia del público.

Los museos de arte popular y las TIC

Al hablar de museos comunitarios, regionales e incluso estatales que requieren de una mayor cobertura y una estrategia que motive al público a visitarlos, conviene tomar en cuenta lo comentado por *Deloche* (2001) en cuanto al modo y el medio en que se presentan, pues la verdadera competencia de los museos son los medios contemporáneos de difusión, en donde se le da una gran importancia al modo en que la información es presentada. En función de esto, las TIC aportan una gran ventaja al museo, ofreciendo un espacio y un modo de exposición e interacción distinto al que hasta ahora se ha abordado a través de la museografía tradicional (Fig.1) y que viene a reforzar la petición de la UNESCO.

La UNESCO (2003) en su informe relacionado con el Patrimonio Cultural Inmaterial hace evidente la necesidad del resguardo de las artesanías consideradas como objetos que reflejan valores, tradiciones y costumbres de un pueblo; que requieren de recogida y documentación con métodos que le otorguen materialidad a fin de salvaguardar este tipo de patrimonio a través de la conservación, selección, preservación, promoción, protección, revitalización y transmisión, siendo las TIC un excelente medio en donde se pueden aplicar dichos conceptos, otorgándole una mayor cobertura a la acción de salvaguarda en un ámbito virtual. A pesar de ello, la conservación y selección de la colección en versión digital solo es considerada un

⁵ Para un selecto grupo de personalidades que tenían acceso a los palacios

⁶ Al convertirse en un espacio público tuvo que transformarse entonces y adquirir una función educativa que hiciera comprensibles los objetos y el mensaje expositivo mediante principios e instrumentos didácticos.

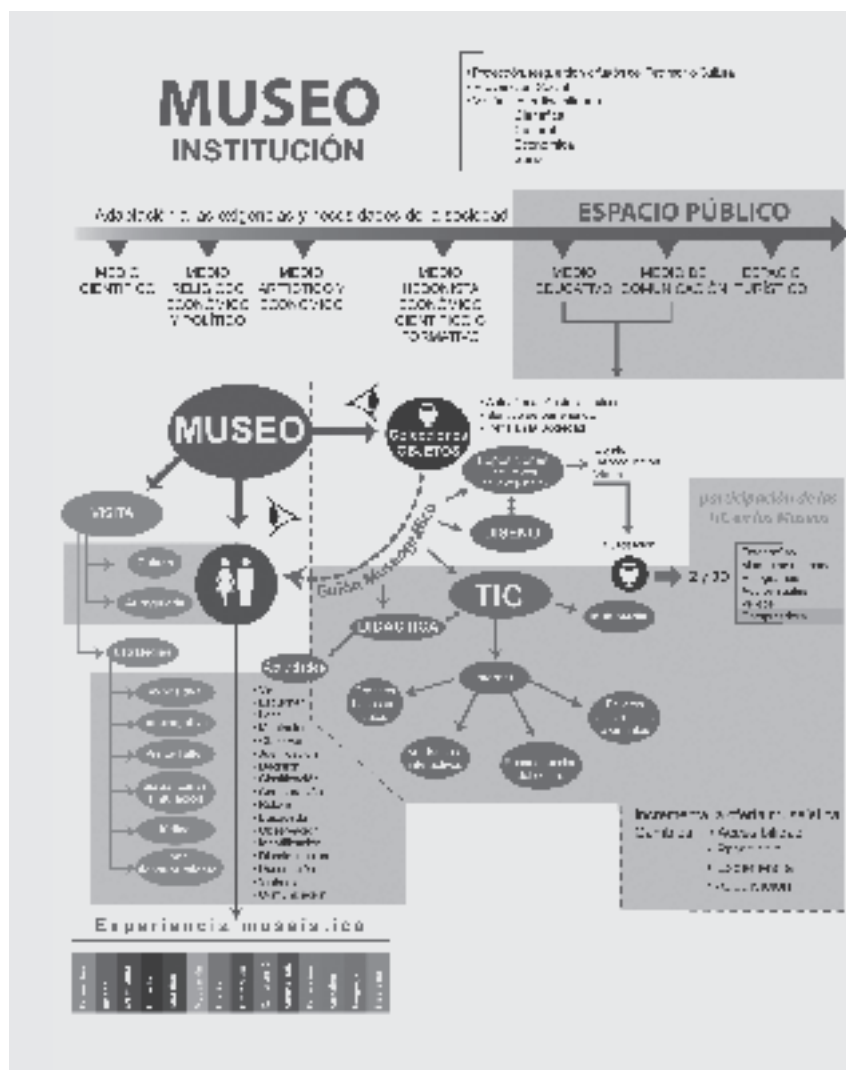
complemento del mantenimiento físico al no contar con estrategias que favorezcan la comprensión y susciten el interés en el público.

Alcance de los museos en línea

Los museos cada vez más están haciendo uso de diversos recursos tecnológicos, siendo Internet uno de los principales medios de exposición, cuyas ventajas deben aprovecharse para este tipo de instituciones. La Tabla 1 presenta una síntesis de la manera en que las TIC fueron introducidas y utilizadas en los museos, en la que se aprecia una fuerte tendencia del uso de Internet a inicios de este siglo, debido a las ventajas que este medio ofrece.

La presencia de un museo en Internet propicia la eliminación de barreras de tiempo y espacio promoviendo con ello cambios de accesibilidad, presencia y experiencia para el usuario, incrementándose las visitas remotas en comparación con la entrada a museos *in situ* por la posibilidad de llegar a un público lejano, al grado de poder adquirir la colección de un museo en forma electrónica o de difundir sus contenidos a nivel nacional e internacional; la posibilidad de ofrecer una comunicación en línea entre visitantes y personal del museo a través del correo electrónico, encuestas en línea, *chats*, foros, etc. y conocer así las opiniones, sugerencias e inquietudes del público, a fin de adecuar su oferta a las preferencias del público objetivo; brindando con ello un mantenimiento y actualización constante sin costo para el visitante.

Se incrementa la oferta museística exponiendo lo real y tangible en un medio virtual e intangible, propiciando un contacto muy distinto con los objetos virtuales ahí expuestos; fortalece la relación visitante-objeto enriqueciendo su conocimiento por la forma gradual en que se puede ir presentando la información, trasformando al visitante en un agente activo en el tema porque le permi-



te conocer más profundamente el carácter, temática y discurso del museo, motivándolo a realizar una visita posterior al museo físico o viceversa, de la visita física a la virtual, siendo entonces el museo un mediador que complementa y ayuda a profundizar lo visitado.

Santacana y Serrat (2005) consideran que la presencia de los museos en Internet, trae consigo beneficios como la generación de portales temáticos, su adaptación en función de la capacidad de megabytes (MB) y no de un espacio físico, permitiendo el acceso y la navegación libre cuando el diseño de la interfaz y la utilización de la tecnología es adecuada; la posibilidad de brindar una

Fig. 1 Del autor:
Evolución del museo,
radio de acción
del museo con
participación de las
TIC.

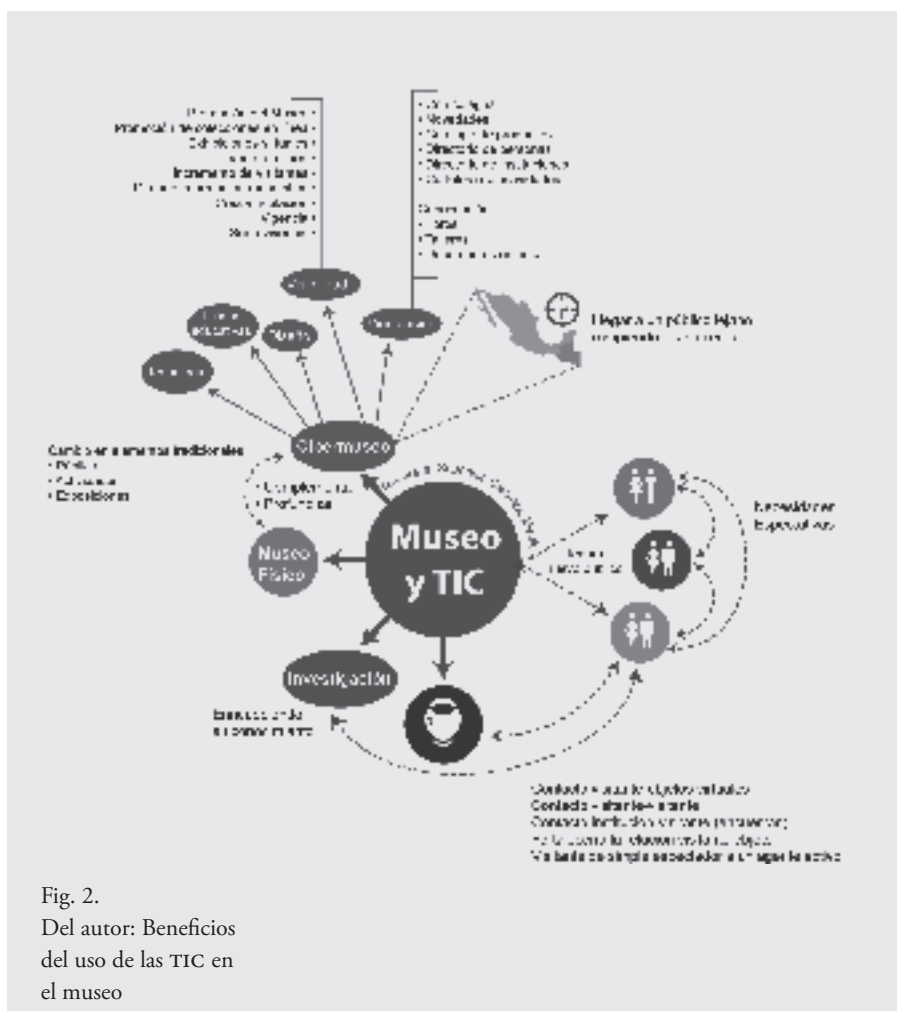
[illegible]

© 2004 Blackwell Publishing Ltd, *Journal of Internal Medicine* 255: 105–112
 ISSN 0954-6820, *Journal of Internal Medicine* 255: 105–112
 Blackwell Publishing Ltd, Journal Management Association
 11100 Rockville Pike, Suite 910, Bethesda, MD 20814, USA
 Tel: +1 301 223 2400; Fax: +1 301 223 2460; Email: subscriptions@blackwell-science.com

Tabla 1.
Introducción de las TIC en los museos
(Elaboración propia basada en: Bellido, 2001,
Carreras, 2002, 2004 y Delouis, 2001)

atención personalizada a través de determinados recursos tecnológicos e interactivos, pudiendo presentarse en distintos idiomas previa traducción y aprovechando la propiedad de clonación de los archivos digitales. La posibilidad de ofrecer visitas sin prisas, empujones, colas, saturación en salas; mayor comprensión cuando se contemplan los aspectos didácticos en la exposición; no se requiere de un itinerario fijo; su rentabilidad puede verse beneficiada con el apoyo de alguna administración, patrocinio, intercambio de publicidad, taquillaje especial, aportaciones de los Amigos del museo, venta de objetos y archivos digitales, etc. La figura 2 muestra los beneficios de Internet en los museos, cuando su presencia es utilizada como complemento y no como sustituto.

A pesar de todas las bondades que Internet ofrece al museo, su incursión ha sido lenta y poco valorada, con limitantes tecnológicas, aunado a la falta de un equipo humano adecuado que haga visible al museo en el ambiente virtual. Sin embargo puede considerarse la propuesta de trabajar en colaboración con universidades y otros museos compartiendo recursos y estrategias (Carreras, 2004) a fin de que los museos pequeños con recursos humanos y económicos limitados, cuenten con las bondades de Internet, asegurándoles supervivencia, vigencia y visibilidad.



Situación de los museos de arte popular en Internet

Según el Directorio Electrónico Latinoamericano de la RED-ILAM (Fundación ILAM 2008), en México existen 1422 museos y parque, de los cuales 674 (47.4%) tienen presencia en Internet, 118 (8.3%) son museos de antropología, museos generalizados o museos - comunidad⁷ y sólo 13 (0.9%) son dirigidos por un museo y tienen un dominio propio, 83 (5.8%) son sitios realizados por empresas turísticas, por el

⁷ Fundación ILAM (2008) establece las siguientes definiciones:

- Museos de antropología: Dedicados a la conservación y puesta en valor de las manifestaciones culturales que testimonian la existencia de sociedades pasadas y presentes. Incluyen a los museos de arqueología y los de etnología y etnografía que exponen materiales sobre la cultura, las estructuras sociales, las creencias, las costumbres y las artes tradicionales de los pueblos indígenas, grupos étnicos y campesinos.
- Museos generalizados: "Poseen colecciones mixtas (patrimonio natural y cultural) y que no pueden ser identificados por una colección principal. Generalmente estos son los museos nacionales y algunos regionales que incluyen tanto la historia natural y cultural de determinados territorios.
- Museos-comunidad: Buscan presentar una visión integral del patrimonio cultural, tangible e intangible, y de su entorno natural, desde un enfoque que se genera al interior de la comunidad (ej: eco-museos, museos comunitarios, museos locales, etc.)

gobierno, organismos culturales o por personas independientes, por lo que no siempre reflejan la visión, las necesidades y la oferta museística propia de la institución; son más informativos que formativos. La mayoría de sitios relacionados con las artesanías, tienen un enfoque turístico (Go-Oaxaca, 2007 y AquíOaxaca, 2007), comercial (AREEM 2007) o informativo (Posada Viena Hotel 2007 y MEAPO Servicio Social 2007), ajenos a la administración de un museo. En los portales de museos mexicanos (Museos de México 2008), aunque en su clasificación contemplen a museos etnográficos o relacionados con las artesanías, no los tienen enlistados. La Universidad Veracruzana presenta un listado de 33 Museos de Arte Popular en México (Universidad Veracruzana, 2008) de los cuales sólo 10 cuentan con sitio propio en Internet, del resto puede encontrarse alguna reseña por parte de organismos culturales como CONACULTA, revistas como *México Desconocido* o sitios turísticos que hacen referencia a los museos.

Tabla 2.
Del autor. Estudio
comparativo
de sitios de museos
mexicanos

Con la finalidad de conocer los recursos de Internet aprovechados por los museos mexicanos, se realizó un estudio comparativo de sitios de museos mexicanos de arte, historia y arte popular como: Instituto de la Artesanía Jalisciense, Fundación Cultural Bancomer, Museo del Arte Carrillo Gil, Museo Franz Mayer, Museo del Carmen, Museo Nacional de Culturas Populares, Museo Nacional de Arte, Museo de Arte Popular, Museo Soumaya, Museo del Vidrio, Casa de las Artesanías del Estado de Michoacán, La Casa del Arte Popular Mexicano, Museo Tienda, Museo de Historia Mexicana, Museo Estatal de Arte Popular de Oaxaca, Museo nacional de San Carlos y el Antiguo Colegio de San Ildefonso, considerando la forma en que proporcionan al visitante una experiencia museística, que si bien involucra aspectos como la percepción, atención, motivación, aprendizaje, lenguaje, creatividad, impacto, emoción, fisiología, recreación, deleite e interés, por el momento sólo se consideraron los recursos tecnológicos y

Museo	Experiencia museística	Recursos / Comprensión	Interacción	Total
Instituto de la Artesanía Jalisciense	0	0	0	0
Fundación Cultural Bancomer	0	0	0	0
Museo de Arte Carrillo Gil	0	0	0	0
Museo Franz Mayer	1	1	1	3
Museo del Carmen	0	0	0	0
Museo Nacional de Culturas Populares	0	0	0	0
Museo Nacional de Arte	0	1	1	2
Museo de Arte Popular	0	0	1	1
Museo Soumaya	1	1	2	4
Museo del Vidrio	0	0	1	1
Casa de las Artesanías del Estado de Michoacán	0	0	1	1
La casa del arte popular mexicana. Museo y tienda	0	0	0	0
Museo de historia mexicana	1	0	1	2
Museo Estatal de Arte Popular Oaxaca	0	0	0	0
Museo nacional de San Carlos	1	0	1	2
Antiguo colegio de San Ildefonso	0	0	1	1

didácticos que el sitio *web* proporcione para influir en aspectos como atención, motivación, creatividad, impacto, recreación, deleite, o interés. La comprensión, siendo parte de dicha experiencia y sin la intención de ser medida, se toma en cuenta a partir de los recursos didácticos que se facilitan al visitante para hacer comprensible el mensaje expositivo como los juegos interactivos, a partir de los cuales se fomente la interrelación, observación, reconocimiento, comparación, etc.

Los conceptos generales que se evaluaron fueron: experiencia museística, recursos/ comprensión (tecnología y didáctica) e interacción. En función de esto se pudo apreciar que el Museo Franz Mayer, el Museo Nacional de Arte, el Museo Soumaya y el Museo de Historia Mexicana han enfocado sus esfuerzos en generar una experiencia museística proporcionando recursos (recorridos virtuales con fotografías de 360°, objetos en 3D, juegos interactivos didácticos de determinadas exposiciones, *vodcast*, *blogs* y presencia en redes sociales) que facilitan

la comprensión o promueven la interacción del visitante en Internet (ver tabla 2).

En el caso de algunos museos etnográficos nacionales, si bien han tenido una gran proyección con la implementación de tecnología, esto solo ha sido posible en el museo *in situ*, desaprovechando el espacio que tienen en Internet y los recursos tecnológicos que este medio ofrece, reduciéndose a ser meros exhibidores de objetos.

Museo virtual y cibermuseo

A partir de la observación y análisis de esta realidad en los museos, se hace evidente, en primer lugar, considerar el papel de dicha institución en el mundo virtual, estableciéndose una postura en torno a los conceptos de museo virtual y cibermuseos, retomando lo que autores como Cerveira Pinto y Colorado Castelo (en Santacana y Serrat 2005),

Fig. 3.
Del autor: Posibilidades que un museo virtual puede ofrecer al visitante



Talens y José Hernández (1997) y Deloche (2001) establecen sobre estos términos de la siguiente manera:

El museo virtual involucra tanto al museo *in situ* como al cibermuseo; ambos “muestran lo sensible mediante un artefacto” (Deloche, 2001:12) que enriquece la experiencia museística del visitante, permitiendo la aportación de recursos tecnológicos como complemento y presentación paralela o prolongación de lo expuesto en cualquiera de los dos ambientes (físico o virtual).

El cibermuseo, contando con un respaldo teórico, es un espacio virtual en línea que ofrece una experiencia estética y museística a través de la virtualidad; propicia y estimula la interacción del visitante con sustitutos digitales a través de actividades didácticas, que facilitan la comprensión e interpretación del patrimonio cultural, pudiendo ser el primer acercamiento del visitante con la institución

pero también un medio por el cual se profundice en la temática del museo. La figura 3 sintetiza las diferentes posibilidades que se han planteado de un museo virtual.

CDiMT. Modelo rector propuesto para la generación de un cibermuseo

Tomando en cuenta esta visión del museo virtual, museo *in situ* y cibermuseo, deben establecerse elementos adecuados para ambientes culturales virtuales, considerando que el eje y razón de un museo es el visitante. Para ello se analizaron determinados criterios y premisas de museos orientados

Fig. 4.
Del autor: CDiMT.
Modelo rector para un
cibermuseo



a Internet, propuestos por Gomís (2005) y Domínguez (2003) así como la visión didáctica de Santacana y Serrat (2005), a partir de los cuales se propone un modelo.

El modelo museográfico propuesto (Fig 4), trabaja en forma interdisciplinaria a fin de complementar la experiencia del visitante, ofreciendo nuevas formas de relaciones entre museo, objetos y visitantes. Este complemento debe verse en función de lo que el museo puede o no ofrecer tanto en su entorno físico como en el virtual, buscando enriquecer la experiencia del visitante, incrementar la comprensión del valor cultural y fortalecer la relación visitante-objeto-museo, transformando al visitante de simple espectador a un agente activo involucrado en el tema, haciendo uso de las TIC.

Este modelo es el complemento en un ambiente virtual de un museo *in situ*, donde los ejes centrales son: 1) el contenido, 2) el diseño, 3) la tecnología, 4) la museografía, los cuales deben estar sustentados por 5) la didáctica porque se propone para un ambiente cultural de educación no formal.

El contenido

El contenido se constituye por el discurso museístico presente en la información y la colección a través de hipermedios⁸. Dicha información debe contar con requisitos de calidad, exhaustividad, categorización, distribución, actualización e identificación de fuentes y créditos (Gomis 2005) y (Nielsen y Loranger 2006), cuidando que los contenidos presentados propicien un diálogo, una comunicación entre el objeto, el visitante y el museo, brindando situaciones distintas y complementarias a las presentadas en el museo *in situ* a través de signos o vehículos de comunicación como el objeto (virtualizado, emulando al objeto físico), la reproducción, el lenguaje escrito (texto) y sonoro, la fotografía, los gráficos, las maquetas y el espacio de la exposición entre otros (Hernández, 2001), en donde se recreen escenas o contextos que evoquen situaciones⁹ y faciliten la comprensión de lo expuesto a través de

un lenguaje simbólico aplicado a los medios informáticos.” como lo menciona Mercader (1993) (en Hernández 2001:230).

En la forma de abordar dichos contenidos deben considerarse cinco puntos importantes que Serrat (en Santacana y Serrat, 2005: 199) establece: 1) Significatividad, para el usuario, apelando a su realidad próxima, estableciendo un terreno en común o una conexión con sus intereses y necesidades. 2) Transferibilidad, a fin de que sean aplicados a contextos y situaciones propias del visitante y ser entonces significativos. 3) Curiosidad, motivando y estimulando sus estructuras cognitivas. 4) Adecuación, tomando en cuenta el nivel y estilo cognitivo del público. 5) Diversidad en contenidos, cuidando la trilogía concepto-procedimiento-actitud.

El diseño

El papel del Diseño es fundamental en la definición estructural y formal en ambientes virtuales (Tabla 3), donde no sólo es importante el contenido sino también la forma en que éste es presentado, para que el mensaje sea eficaz (Lamarca, 2007). En la parte estructural se considera la navegación, la arquitectura de la información, la usabilidad, la interactividad y la accesibilidad. En la parte formal se establecen pautas o normas para que la tipografía, estilo, elementos vi-

⁸ La hipermedia combina el hipertexto y la multimedia, es multisensorial y se aplica en soportes abiertos, en línea u *on line*, siendo el máximo exponente la *www* que permite la interconexión e integración de datos de diversa morfología. Multimedia es la utilización o combinación de dos o más medios: texto, imágenes estáticas (fotografías, gráficos e ilustraciones), imágenes en movimiento (vídeo y animaciones), audio (música y sonidos) codificadas digitalmente y registradas en un soporte cerrado u *off line*, visibles a través de una presentación interactiva que enriquece la información y que es controlada por el usuario. (Lamarca 2007).

⁹ Con esto no se quiere evitar la posibilidad de una visita real, por el contrario, se le está brindando al usuario la información necesaria para que la realice posteriormente si así lo desea.



Tabla 3.
Del autor:
Participación del
Diseño en el desarrollo
de ambientes
virtuales.

suales, formatos de documentos, lenguajes de marcado y formas de publicación den coherencia visual y manifiesten lo que Domínguez (2003) llama configuración gráfica.

La importancia del Diseño radica en su papel de comunicador del mensaje que el museo busca transmitir a los visitantes, así como la conveniencia de generar nuevos espacios visibles a través de una interfaz gráfica con un uso adecuado y creativo de la tecnología. El diseñador se convierte en el constructor de ambientes virtuales a los que se accede a través de la tecnología, siendo el diseño de la interfaz el primer contacto que el visitante experimenta con este tipo de ambientes y el medio para visualizar el museo. Lamarca (2007) considera que de las interfaces gráficas depende el éxito del hipertexto ya que proporcionan un soporte visual a la información, hacen visible, instrumentan y concretan estrategias didácticas y vías de interacción (Herrera, *s/f*) para las exposiciones en línea.

La museografía

En este modelo, la museografía (según el tipo de exposición y contextualización de las colecciones), trabaja con la didáctica en

los contenidos; con el diseño en las estructuras, ambientación, señalización, recorridos, presentación de modelos y reproducciones; y con la tecnología tomando en cuenta que buscará la “adecuación y museización de determinados espacios” (Santacana y Serrrat, 2005: 49-50) en un entorno virtual que faciliten la comprensión del mensaje expositivo.

Siendo la responsable de la parte técnica de un museo, se enfrenta a problemas técnicos como el “... almacenamiento, conservación, instalación, exhibición, circulación de los visitantes, iluminación de las salas,..., seguridad...” Fernández (1993: 38) que tienen su equivalencia o emulación en los ambientes virtuales en el almacenamiento de los objetos digitalizados, la exhibición o la presentación de las colecciones contextualizadas en ambientes virtuales, la circulación que en la virtualidad será el recorrido o navegación, la iluminación que puede relacionarse con la calidad y resolución del contenido presentado, la seguridad tanto de las obras digitalizadas (por lo que se refiere a los derechos de autor) y de la información sobre los visitantes registrados, etc.

Gracias a la interfaz gráfica se hace evidente la propuesta museográfica que ofrece al visitante una experiencia distinta y

complementaria a la del ambiente físico, haciendo uso de recursos museográficos como audiovisuales, multimedia, interactivos, postales, fichas y guías didácticas etc., que hacen más comprensible el mensaje, contextualizan los objetos y profundizan en los contenidos. Habiendo además, recursos que por los avances tecnológicos han sacado fuera de las paredes del recinto físico a la museografía para aplicarse ahora en recursos multimedia y servicios interactivos en línea como el *blog*, los foros, los *chats*, etc. de orientación museística, con los que el visitante se transforma en un agente activo y participativo, buscando nuevas experiencias en esos ambientes. Sin embargo dichos recursos deben analizarse para proponer un discurso con una lógica, ritmo y espacio acorde a las piezas y al visitante, en un entorno virtual en donde el contenido y el recorrido a través de hipervínculos es determinante, orientando al visitante con títulos, subtítulos, textos, epígrafes, cronologías, cartografías, señalización y elementos gráficos presentes en la interfaz y valorados dentro de la usabilidad de un sitio *web*.

Un recorrido abierto, es el más apropiado para un cibermuseo, dejando que el visitante decida lo que quiere ver, el tiempo a emplear y el camino a seguir en ese espacio, según sus intereses. Promoviendo la visita autoguiada con material didáctico que refuerce su experiencia en ese ambiente virtual, a través de estrategias didácticas como el juego y el descubrimiento.

La tecnología

La elección del medio o soporte tecnológico debe ir de la mano con los objetivos de museo, la experiencia a ofrecer y los intereses del visitante, de tal forma que si lo que busca es ofrecer un complemento de lo que el museo ofrece en sus instalaciones, una mayor difusión y una razón para que sea visitado, Internet se convierte en una opción adecuada.

En este modelo se propone una estrecha relación del diseño, contenido y tecnología, donde la museografía se evidencia a través del recorrido en una estructura hipertextual, tomando en cuenta la forma de presentar el contenido en el soporte o plataforma tecnológica, en función de aspectos didácticos que presenten al visitante contenidos de calidad en ambientes interactivos en línea.

En estos ambientes existen dos elementos claves: el hipertexto y la interfaz que vinculan a la tecnología, al contenido y al diseño, haciendo posible la interactividad y proporcionando al visitante el poder de decisión sobre los contenidos a consultar. Mientras el hipertexto posibilita la organización, tratamiento, manejo y almacenamiento de la información; la interfaz establece un modelo de comunicación que hace visible los recursos didácticos e hipertextuales para acceder a dicha información con nuevas formas de presentación de contenidos a través del hipervínculo, imágenes panorámicas, mapas o maquetas del museo *in situ* y la Realidad Virtual, la cual ayuda al visitante a establecer la relación objetos-espacios, su ubicación en ese entorno, además de facilitar una visualización del objeto e información interesante, que lo motiva a pasar mayor tiempo en el sitio¹⁰.

Las aportaciones de la tecnología en el campo educativo van desde actividades lúdicas, trabajo colaborativo, manipulación de situaciones e interacción con objetos y materiales, propiciando lo que Páez (1999) considera como ambientes de aprendizaje que pueden retomarse en el ámbito museístico cuando se busca la participación del visitante.

¹⁰ Andía, y Fontana (2000) afirman que “en promedio los usuarios de la comunidad virtual de *Cybertown* están 35 minutos en línea. Mientras que los 3 sitios mas visitados en Internet 2D: *aol*, *Yahoo* y *msn*, tienen visitas de tiempo promedio de 10, 24 y 15 minutos respectivamente.”

La didáctica

El museo, considerado un entorno de educación no formal, no es ajeno a los recursos empleados en el ámbito educativo formal, descifrando y contextualizando los objetos a través de vías tecnológicas, elementos de diseño, tratamiento de la información y recursos didácticos que hagan más comprensible, congruente y significativo el mensaje expositivo, “adecuando y museizando [espacios que faciliten su]... presentación y comprensión” para un amplio público (Santacana y Serrat, 2005: 49-50).

La comprensión del mensaje expositivo será validada en función del entendimiento por parte del visitante sobre lo que el museo quiso comunicar. Para ello se retoman una serie de principios propuestos por Carderera y adaptados por Serrat (en Santacana y Serrat, 2005: 117-129):

1. Relativos al público, considerando sus conocimientos previos, su desarrollo emocional, físico, social e intelectual, potencializando su intuición y sentidos, enfocándose primeramente al público no instruido e ir profundizando progresivamente en la temática
2. Relativos al mensaje expositivo, considerando la visión, interpretación, puntos de vista y versiones; presentando contenidos claros y evidentes; partiendo de lo conocido a lo desconocido, a partir de comparaciones y relaciones que ayuden en la construcción de nuevos conocimientos y niveles más profundos de lectura; partiendo de la idea central a las secundarias, con una

metodología propia de la temática a exponer.

3. Relativos a los educadores (o mediadores): ofreciendo información complementaria, recursos y estrategias que refuercen la idea central, faciliten la comprensión y motiven al visitante.

4. Relativos al contexto expositivo ya que a partir del entorno elegido, se establece la extensión del contenido, así como los recursos y soportes museográficos¹¹ que presenten visiones complementarias y diversifiquen la experiencia museística.

En función de esta propuesta museográfica, se realizó un segundo análisis, esta vez comparativo (Tabla 4) de los sitios de diversos museos nacionales y extranjeros, en el que se enlistan conceptos de contenido, diseño, museografía, tecnología, interacción, didáctica y difusión con el objetivo de conocer la manera en que dichos museos los aplican en ambientes virtuales en línea.

Los valores asignados son los siguientes:

- 0 Nulo
- 1 No adecuado para el medio (pobre)
- 1 No adecuado para el medio (excesivo)
- 2 Regular
- 3 Adecuado para el medio

Conviene aclarar que se maneja el mismo valor de 1 para un contenido pobre o excesivo a fin de no incrementar la puntuación si se cuenta con esta característica en algún sitio.

En la Tabla 4 se muestran los sitios que alcanzaron un valor de 21 puntos en donde los conceptos valorados se consideraron adecuados para Internet, como es el caso del Museo del *Louvre*, del Museo de Arte Moderno y del Museo Metropolitano de Arte ambos de Nueva York y del Museo *Guggenheim* de Bilbao. En el caso de los museos que alcanzaron una puntuación de

¹¹ Dentro de los recursos museográficos se encuentran los objetos, los textos, pero también están los elementos visuales, acústicos, escenográficos, audiovisuales e interactivos (Santacana y Serrat, 2005: 127), siendo los principales medios por los que se transmite el mensaje expositivo.

Tabla 4.
Del autor:
Comparación de
sitios de museos
nacionales e
internacionales

20 se debió a que los conceptos de difusión o didáctica, si bien los consideran en el museo *in situ*, no le sacan el mismo provecho o aplicación en un ambiente virtual.

Los museos con un valor de 19 puntos, si bien contemplan aspectos de museografía, didáctica y difusión, es bajo el aprovechamiento que tienen o descuidan aspectos museográficos en sus exhibiciones que tienen en línea. Mientras que los museos de 18 puntos, no aprovechan el ambiente virtual para hacer uso de recursos tecnológicos o didácticos que fomenten la interacción entre los involucrados, así como el no aprovechar el alcance del medio para la difusión del museo.

Conclusiones

En función del análisis realizado a los museos en Internet se aprecia que son pocos los que buscan la experiencia museística del visitante en ambientes en línea, desaprovechando los beneficios que éste medio ofrece como complementos de lo presentado *in situ*, teniéndolo como un escaparate informativo la mayoría de las veces, centrando su atención en el ambiente físico, olvidándose de este entorno virtual ampliamente utilizado por esta sociedad.

Se propone un modelo museográfico como aporte a la presencia de los ciber museos concebidos como parte de la institución y complemento a la visita en cualquiera de sus formas, buscando responder a las nuevas necesidades de una sociedad que aprovecha los beneficios que estos soportes tecnológicos ofrecen en nuevos estadios del museo fuera de sus paredes, especialmente en museos de arte popular donde el patrimonio inmaterial debe salvaguardarse y difundirse para beneficio de los mismos visitantes. Con la aplicación del modelo CDIMT, se propone al museo dejar de ser un espacio informativo en Internet y ofrecer una experiencia complementaria al museo *in situ* a través de contenidos significativos generados de estrategias didácticas, con distintas vías de acceso al mensaje expositivo, ma-

terializándolo a través del diseño y de la museografía en una plataforma tecnológica que tome en cuenta los objetivos propios de la institución y las necesidades del visitante en un ambiente virtual.

Bibliografía

- Bellido, María Luisa (2001). *Arte, museos y nuevas tecnologías*. España: Ed. Trea.
- Deloche, Bernard (2001). *El museo virtual*. España: Ed. Trea.
- Fernández, Luis (1993). *Museología. Introducción a la teoría y práctica del museo*. España: Ediciones Istmo.
- Hernández, Francisca (2001). *Manual de museología*. Madrid, España: Ediciones Síntesis.
- Nielsen, Jakob y Loranger, Hoa (2006). *Usabilidad. Prioridad en el diseño Web*. Ediciones Anaya Multimedia. España.
- Santacana, Joan & Serrat, Nuria (coordinadores). (2005). *Museografía didáctica*. Barcelona, España: Ariel Patrimonio.
- Talens, Sergio y Hernández, José (1997). *Internet. Redes de computadoras y sistemas de información*. Madrid: Paraninfo

Fuentes electrónicas

- Antiguo colegio de San Ildefonso. <<http://www.sanildefonso.org.mx/recorrido/acervo/>> (22-01-10)
- aquioaxaca (2007). "Museos de Oaxaca". <<http://www.aquioaxaca.com/>> (04-04-07)
- AREEM (2007) "Artesanías". <<http://www.areem.biz/artesanias.htm>> (07-05-07)
- Carreras, César (2002). "El grup de recerca Òliba: aplicacions de Tecnologies de la Informació i Comunicació en l'àmbit del Patrimoni". *Working paper 1. Musealia*. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=1281570&orden=58139> (26-02-07)
- Carreras, César (2004). "Museografía en Internet: Análisis de la situación en nuestro país". <<http://oliba.uoc.edu/images/stories/>>

documents/publicacions/2004_lugo.pdf> (14-12-06)

- Casa de las Artesanías del Estado de Michoacán.

<<http://www.casadelasartesanias.gob.mx/>> (05-10-09)

- DeCarli, Georgina y Tsagaraki, Christina (2003). “Los Museos Latinoamericanos e Internet: la experiencia de la Red-ILAM. Fundación ILAM (Instituto Latinoamericano de Museos)”. <http://documentos.ilam.org/ILAMDOC/ILAM_pub/Edit2_Museos_Internet.pdf> (24-01-10)

- Delouis, Dominique (2001) “*Online Museums: from research to innovation, from RAMA to OpenHeritage. Cultivate Interactive 3*” <<http://www.cultivate-int.org/issue3/rama/>>. (12-01-07)

- Domínguez, Luis Arturo. (2003). “*E-Mutec* Desarrollo y conceptualización de un museo electrónico educativo en línea aplicado al Museo Tecnológico de la Comisión Federal de Electricidad en México. Tesis profesional. Universidad de las Américas, Puebla. Escuela de Artes y Humanidades. Departamento de Diseño de Gráfico”. <http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mdi/dominguez_b_la/capitulo_3.html> (15-05-07)

Friend of Oaxacan for Art <<http://www.fofa.us>> (06-10-09)

Fundación ILAM. (2008). “Directorio Latinoamericano: México”.

<http://www.ilam.org/component/option,com_wrapper/Itemid,186/> (23-01-10)

Fundación ILAM. (2008). “Tipología ILAM.” <<http://www.ilam.org/content/category/14/26/618/>> (24-01-10)

Fundación Cultural Bancomer.

<http://www.banamex.com/esp/filiales/formento_cultural/apopular/index.htm> (20-02-08)

go-oaxaca. (2007). “Museos de Oaxaca”. <<http://www.go-oaxaca.com/sights/museos.html>> (04-04-07)

Gomis, Mariví (2005). Musealización *online*.

<<http://www.infonomia.com/img/pdf/musealizacion.pdf>> (30-04-07)

Herrera, Miguel Ángel (s/f). “Consideraciones para el diseño didáctico de ambientes virtuales de aprendizaje: una propuesta basada en las funciones cognitivas del aprendizaje. Revista Iberoamericana de Educación, ISSN:1681-5653”. <<http://www.campus-oei.org/revista/deloslectores/352Herrera.PDF>> (27-03-06)

ILAM. (1998). Acuerdos de la Primera Cumbre Hemisférica de los Museos de las Américas “Museos y Comunidades Sostenibles”. [en línea]. San José, Costa Rica

<http://www.ilam.org/ILAMDOC/resultados/01_agenda.html> Consulta (26 Mayo 2006)

Instituto de la Artesanía Jalisciense. Recuperado el 22 septiembre de 2009, de <<http://artesanias.jalisco.gob.mx/historia.html>> (22-09-09)

La casa del Ate popular mexicano. Museo tienda.

<<http://museoartepopularmexicano.org/museo/index.htm>> (05-10-09)

Lamarca, María Jesús (2007). Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. <http://www.hipertexto.info/documentos/dise_graf.htm> (1/03/2007)

MEAPO. (2009). “Museo Estatal de Arte Popular Oaxaca”. <<http://www.meapo.oaxaca.gob.mx/>> (10-11-06)

MEAPO Servicio Social (2007) “Museo Estatal de Arte Popular Oaxaca”. <http://geo.ya.com/meap_oax> (12-06-07)

Museo Calouste Gulbenkian <<http://www.museu.gulbenkian.pt/main.asp>> (05-10-09)

Museo de Arte Moderno <<http://www.moma.org>> (20-09-09)

Museo de Arte Popular <<http://www.map.df.gob.mx/>> (05-10-09)

Museo de historia mexicana <<http://www.museohistoriamexicana.org.mx/>> (07-10-09)

Museo de Louvre <<http://www.louvre.fr/llv/commun/home.jsp>> (10-10-09)

Museo del Arte Carrillo Gil <<http://www.macg.inba.gob.mx/>> (30-09-09)

Museo del Carmen <<http://www.museode-elcarmen.org/>> (01-10-09)

- Museo del oro <<http://www.banrep.gov.co/museo/esp/home.htm>> (19-09-09)
- Museo del Prado <<http://www.museo-delprado.es/>> (03-10-09)
- Museo del Vidrio <<http://museovidrio.vto.com/>> (05-10-09)
- Museo Etnográfico Grandas de Salime <<http://www.museodegrandas.com/>> (07-10-09)
- Museo Franz Mayer <<http://www.franzmayer.org.mx/>> (20-09-09)
- Museo *Guggenheim* Bilbao <<http://www.guggenheim-bilbao.es/>> (22-09-09)
- Museo Estatal de Arte Popular Oaxaca <<http://www.meapo.oaxaca.gob.mx/>> (07-10-09)
- Museo Metropolitano de Arte <<http://www.metmuseum.org/>> (01-10-09)
- Museo Nacional Centro de Arte Sofía <<http://www.museoreinasofia.es/museoreinasofia/live/index.html>> (02-10-09)
- Museo Nacional de Arte <<http://www.musal.com.mx/>> (05-10-09)
- Museo Nacional de Culturas Populares <<http://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx/index.php/museo.html>> (02-10-09)
- Museo Nacional de Etnografía y Folklore <<http://www.musef.org.bo/>> (08-10-09)
- Museo Nacional de San Carlos <<http://www.mnsancarlos.com/>> (22-01-10)
- Museo sin fronteras <<http://www.discoverislamicart.org/home.php>> (014-10-09)
- Museo Soumaya <<http://www.soumaya.com.mx/>> (05-10-09)
- Museo *Thyssen Bornemisza* <<http://www.museothyssen.org/thyssen/>> (08-10-09)
- Museo Tate Modern <<http://www.tate.org.uk/>> (22-01-10)
- Museo Virtual de Arte Brasileño <<http://www.museuvirtual.com.br/>> (08-10-09)
- Museo Virtual de Artes <<http://muva.el-pais.com.uy/>> (03-10-09)
- Museo Virtual de Estética <<http://museo.uninorte.edu.co/>> (07-10-09)
- Museo Virtual Diego Rivera <<http://www.diegorivera.com/index.php>> (06-10-09)
- Museos de México (2008) “Ver todos los museos”. <<http://www.museosdemexico.org/>> (18-07-08)
- Museum of Fine Arts, Boston* <<http://www.mfa.org/>> (07-10-09)
- National Museum of Mexican Art* <<http://www.nationalmuseumofmexicanart.org/>> (08-10-09)
- Paez, José de Jesús (1999). “Ambientes de aprendizaje interactivos: un aporte a la enseñanza de la ciencia”. Agenda Académica Volumen 6, Nº 2, Año 1999 63. Escuela de Bioanálisis. Facultad de Medicina. Universidad Central de Venezuela. <<http://www.revele.com.ve/programas/indice/buscador.php?idau=9760&dep=&Busqueda=1>> (16-02-07)
- Posada Viena Hotel (2007) El barro negro de Doña Rosa. Recuperado el 7 de Mayo del 2007 de <http://www.posadavienahotel.com.mx/historia3.htm#SPA>
- Tello, Alejandra. (2001). “Los museos, espacios que requieren reestructuración”. <<http://www.comsoc.udg.mx/gaceta/paginas/203/203-12.PDF>> (06-12-06)
- UNESCO (2003). “Patrimonio inmaterial. 32ª Reunión del la Conferencia General de la UNESCO”. <<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001358/135852s.pdf>> (11-12-06)
- Universidad Veracruzana (2008) “Museos y colecciones de arte popular en México”. <<http://www.uv.mx/populararte/esp/scrptphp.php?sid=369>> (10-07-08)

