

070 - 071

## Debate e Investigación

Museos on-line: nuevas  
prácticas en el mundo  
de la cultura

PH46 - Diciembre 2003

mentariedad, o sea, incluir una parte de la información del museo además de la documentación que, o bien se encuentra en otros centros, o permanece normalmente inaccesible para el visitante (p.e. almacenes, restauración...)

2. El primer objetivo de la web de un museo o de una exposición es incentivar la visita a la exposición real para a todos aquellos que puedan desplazarse, por lo que no debe entrar en conceptos de competencia de contenidos; debe ser un avance de lo que encontrarán.

3. Los recursos en Internet deben preparar al público para la visita prevista, dando una información previa que favorezca la contextualización de quien visitará el museo (por ejemplo, biografía artística, técnicas, corrientes, palabras clave y conocimientos básicos).

4. El recurso en Internet debería ser lo suficientemente interesante para que el usuario, una vez finalizada la visita, pudiera volver a consultar el espacio tras finalizarla.

5. La web permite organizar diversos recorridos en función del interés de cada uno de ellos, desde un público generalista (concepto inglés broadcasting) o a un público muy especializado (concepto inglés narrowcasting). En un museo real estos recorridos no pueden realizarse de forma simultánea, puesto que serían necesarios diversos guías o señalizaciones para que pudieran llevarse a cabo, con la consecuente dificultad técnica.

6. A través de la web deberían poderse realizar diversas actividades, experiencias y presentaciones que no pueden realizarse en otros medios como son la contextualización de objetos a través de la realidad virtual.

Muchos de los principios indicados sobre las características de una excelente web de Museos se han discutido a lo largo de diferentes Congresos especializados. En el año 1997 nació en los Estados Unidos la organización **Archives & Museums** (<http://www.archimuse.com>), que anualmente se reúne para intercambiar experiencias sobre la aplicación de los recursos de Internet en la difusión y documentación de sus centros museográficos. Como siempre, la iniciativa ha partido de los americanos y los canadienses, que llevan una cierta ventaja en este ámbito; en Europa no existe todavía una organización ni Congresos anuales semejantes<sup>4</sup>. En el continente europeo, las experiencias italianas e inglesas son, en general, muy posiblemente las más innovadoras y precisamente se han difundido en los congresos del **Archimuse**, o bien en los congresos bianuales de **I'ICHIM**.

Es preciso hacer una última distinción de las aplicaciones de Internet en el ámbito de los Museos a partir de la capacidad económica de estas instituciones. Gran parte de los éxitos en aplicaciones de webs en Museos o exposiciones con la utilización de las últimas reconstrucciones en realidad virtual han supuesto una inversión económica muy importante, sólo llevadas a cabo por los grandes Museos nacionales (p.e. Museo del Louvre, MOMA, etc.). Estos grandes Museos cuentan con los recursos de la propia institución y el apoyo político y económico de las administraciones; por ello pueden invertir esfuerzos en aplicaciones informáticas sin muchos problemas.

Por el contrario, existen una serie de Museos de dimensiones medianas o pequeñas en los que las aplicaciones multimedia se pueden convertir en una necesidad de supervivencia en el futuro y que no cuentan con los medios para desarrollarlas. Por ejemplo, el crecimiento de Museos en Internet ha sido exponencial: en un país como Italia hoy en día existen más de 3000 portales de

deben enfrentarse para acceder a ellas son aún mayores debido a que las barreras diarias, en contra de lo que pudiera parecer, no sólo no desaparecen sino que se incrementan cada vez que se abre un nuevo campo. Los museos virtuales, la consulta a bases de datos o el mismo correo electrónico suponen en muchos casos nuevas frustraciones que aumentan exponencialmente a medida que se descubren sus múltiples prestaciones.

Esto es especialmente grave cuando nos referimos a los bienes artísticos y culturales. Si su contemplación, restringida en muchos casos por normas de conservación y seguridad, está siendo mejorada por las nuevas tecnologías para el público general, colectivos como el de las personas ciegas corren el gran peligro de no poder hacer uso de estos servicios, debido tanto a la naturaleza predominantemente visual de la oferta como al sistemático olvido de recursos que potencian la utilización de los sistemas háptico y auditivo, los dos canales de información utilizados por las personas ciegas.

## Voces

### ¿Más calidad de los servicios para las personas con discapacidad visual grave?

Begoña Consuegra Cano

Técnico de la Dirección de Cultura y Deporte de la ONCE

Las nuevas tecnologías y la sociedad de la información están siendo publicitadas como una especie de bálsamo de Fierabrás, cuya fórmula se sustenta en promesas que afectan de forma especial a las personas con algún tipo de discapacidad, ya sea física, sensorial (ciegas, sordas) o relacionada con problemas de aprendizaje (ONCE, 2001).

Las oportunidades que brindan a estos colectivos son muchas y de sobra conocidas por todos, pero los retos a los que éstos

1. Exploratorium de San Francisco
2. Museo del Louvre



1

Museos, si bien en otros países la situación es bien diferente. En este caso ha de ser la colaboración conjunta con Centros de investigación y Universidades, juntamente con la formación de su propio personal, lo que les permita digitalizar y difundir sus colecciones por Internet.

Para valorar la importancia que debe concederse a la vertiente virtual de los Museos, la institución internacional que asigna nombres y números (ICANN – Internet Corporation for Assigned Names and Numbers), ha creado una extensión específica .mus para todos aquellos centros museológicos que se dediquen a difundir y documentar el Patrimonio Cultural. La introducción de los Museos en temas de Internet ha supuesto, al igual que en otras profesiones, un nuevo reajuste de sus tareas diarias. La existencia de un espacio web configura de nuevo las ofertas didácticas de la institución, su problemática respecto a la documentación y las nuevas funciones museográficas. Todo ello se discute con detalle en el apartado siguiente.



2

## Situación en nuestro país

Cuando iniciamos el proyecto de investigación nos dimos cuenta de la importancia que debía concederse al contexto en que nos movíamos, es decir, el empleo de Internet en nuestra sociedad. No se trataba tan sólo de crear un producto cultural digital, sino de incentivar su empleo por parte de los diversos colectivos que pudieran estar interesados, desde el personal del Museo a los profesores, estudiantes y público en general. Evidentemente, la situación actual de Internet en nuestra sociedad provoca que muchos de estos colectivos tengan un acceso difícil, o si no, una falta de costumbre para utilizar un producto cultural digital on-line.

En nuestro país, la introducción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en los Museos sigue un camino lento, ya que la mayoría de estos equipamientos de carácter público tienen unos presupuestos limitados, y los cambios tecnológicos no son una de sus prioridades. Poco a poco, van comprobando que la presencia de sus Museos en Internet es necesaria, y se han generalizado los portales de diversos centros. Se trata de portales informativos del tipo tríptico electrónico, que ilustran los principales servicios y horarios del Museo.

Pero, ¿dónde se encuentran estas webs de Museos españoles? Realmente, su búsqueda resulta muy complicada, bien a través de un buscador como Google o Yahoo, o a través de alguno de

Los museos, espacios naturales y edificios que contienen o son en sí mismos parte del patrimonio cultural siempre han tenido grandes dificultades para atender las demandas de las personas con algún tipo de discapacidad y no parece que las Nuevas Tecnologías estén solucionando el problema.

Sin entrar en consideraciones económicas, uno de los escollos estriba, a mi modo de ver, en que en los currícula de los conservadores faltan asignaturas como diseño universal, tratamiento de la información, atención especializada, etc. lo cual les dificulta abordar, identificar y delimitar de manera sistemática los problemas que plantea la discapacidad y finalmente paliar las carencias históricas que sufren estos colectivos, aun cuando existen desde hace años soluciones en el mercado que se están aplicando en campos como la medicina, los puestos de trabajo o la descripción de películas.

Las nuevas tecnologías deberían encaminarse a salvar las barreras con que tradicionalmente choca una persona ciega que desee bus-

car, estudiar o disfrutar de cualquier manifestación del Patrimonio cultural: la falta de acceso a la información y a los contenidos expuestos. Existen, de hecho, medios tecnológicos capaces de resolver ambos problemas, reforzando los dos canales de entrada de la información, el auditivo y el táctil, tanto en lo que se refiere al acceso a la pieza como a la información sobre ella.

En lo relativo al acceso a la información, las personas ciegas y con discapacidad visual grave tienen dificultades para leer las páginas y servicios basados en gráficos y por lo tanto deben disponer de una versión textual alternativa. En la actualidad se dispone, además, de distintas herramientas, como programas de síntesis de voz que leen los textos de la pantalla, periféricos de salida como la línea braille, que traduce los textos en caracteres visuales a caracteres braille y, en general, distintas aplicaciones de las normas de diseño universal.

En cuanto al acceso a las piezas, caballo de batalla fundamental cuando la información relevante demanda un acercamiento

072 - 073

## Debate e Investigación

Museos on-line: nuevas  
prácticas en el mundo  
de la cultura

PH46 - Diciembre 2003

los incipientes portales monográficos de Museos. Una selección de vínculos sobre un número interesante de Museos del país se encuentra en la dirección del Virtual Museum Español (<http://www.gti.ssr.upm.es/~vtmp/SPAIN/>)<sup>5</sup>. En este espacio se encuentran vínculos de exposiciones y Museos de forma algo desorganizada, sin agrupaciones temáticas ni geográficas. Tampoco se comenta el contenido que puede encontrarse en cada uno de ellos.

Otras selecciones de direcciones de Museos españoles en Internet se puede encontrar en la <http://www.madrilejos.net/museos/default.htm>, de la Asociación Española de Museólogos (<http://www.museologia.net/ppal.htm>) o recursos personales de profesores como <http://www.xtec.es/~jgoni12/index.html>. En todos ellos, la selección es muy personal de acuerdo con la información que tienen a su disposición, y se organizan por orden alfabético o temático. Tan sólo en la página del profesor J. Goñi (<http://www.xtec.es/~jgoni12/index.html>) se observa un comentario de los diferentes recursos. Similar es el caso del portal de Humanidades "Liceus" (<http://www.liceus.com>), en cuya sección de Museos aparecen webs de Museos comentadas, organizadas geográficamente.

Como puede verse, son necesarios portales en los que se puedan consultar los recursos y las novedades de los Museos del país, puesto que en la actualidad un usuario potencial de estos recursos no sabe dónde dirigirse y, en ocasiones, la mejor alternativa es emplear un buscador generalista como Google o Yahoo. Una de las iniciativas más interesantes en nuestro entorno es el portal de la Diputación de Barcelona, el **Museu més gran del món** (<http://www.diba.es/museuslocals>), que reúne a un buen número de Museos locales de la provincia de Barcelona. Respecto a la Generalitat de Catalunya tan sólo existe un es-

pacio que da acceso a las fichas de los Museos organizados por temática y por comarca, pero con escasa información, tan sólo con vínculos a webs particulares de cada una de las instituciones (<http://cultura.gencat.es/museus/muscerca1.asp>). Actualmente ha aparecido un portal en Cataluña monográfico sobre Museos, conocido como Musealia (<http://www.musealia.com>), que está llenando el vacío existente de portales monográficos del mundo de los Museos y, por extensión de la cultura.

Por lo que respecta al público potencial, ante todo debe tenerse en consideración el empleo de Internet en nuestro ámbito más cercano, la sociedad catalana y española. Por ello es importante considerar que el crecimiento del uso de Internet es un fenómeno nuevo, que se está desarrollando muy rápidamente, con un ritmo del 33%. Hoy en día, según los datos del ESI<sup>6</sup>, un 27,1% de los catalanes son usuarios de Internet, y se prevé que en el 2005 más del 50% de la población catalana esté conectada, porcentaje que puede ser de más del 60% en áreas urbanas como Barcelona (Castells y Díaz de Isla, 2001, 4). Dentro de este grupo de usuarios tan sólo el 33,7% lo emplean diariamente, mientras que el 35,8% lo hacen al menos una vez a la semana. Si se comparan estos datos con los de los países de nuestro entorno cercano parece que nuestra situación no es especialmente mala y puede equipararse a la de estados como Gran Bretaña. Aún y con ello, estamos muy lejos de los porcentajes de los países nórdicos y americanos que encabezan esta revolución social y tecnológica<sup>7</sup>.

Respecto al grupo de edad, por semana mayoritariamente lo emplean los jóvenes de entre 15 y 24 años (65%), 25-39 (44%); mientras que entre los más adultos, 40-54, el porcentaje baja hasta un 20,6%. Este dato resulta sumamente importante porque este grupo de edad acostumbra a ocupar un lugares directivos, y por tanto, el hecho de que estén alejados del mundo de las tec-

táctil, está siendo abordado a través de tres diferentes tipos de acciones: el diseño de diagramas táctiles notablemente mejorados gracias al empleo de nuevos materiales y programas de diseño informatizado (Kardoulias, 2003:267-270), la audiodescripción de los contenidos expuestos (Hernández, Montes, 2002:21-28), con la incorporación de definiciones dirigidas a sentidos diferentes a la vista y, de forma más experimental, en el desarrollo de programas de realidad virtual, proyecto en el que colaboran distintos museos europeos (Jansson, Bergamasco, Frisoli, 2002).

Es evidente que las nuevas tecnologías constituyen un excelente medio para facilitar la comunicación y la integración de colectivos con discapacidad, pero, por lo que respecta al acceso al Patrimonio cultural, por sí solas no aumentan la calidad de los servicios prestados a las personas ciegas o con discapacidad visual grave; algunas requieren adaptación y, por otro lado, existen numerosas limitaciones que no están determinadas por problemas

tecnológicos y que se agravan por la falta de normalización y accesibilidad de los contenidos ofrecidos.

**HERNANDEZ NAVARRO**, Mercedes y **MONTES LÓPEZ**, Evelio (2002) "Accesibilidad de la cultura visual: límites y perspectivas". Integración 40, pp. 21-28

**JANSSON**, Gunnar; **BERGAMASCO**, Massimo; **FRISOLI** Antonio (2002) "A new option for the visually impaired to experience 3D art at museums: manual exploration of virtual copies" / talk given at Vision 2002, The 7<sup>th</sup> International Conference on Low Vision, 21-25 July 2002, Gothenburg, Sweden, and first version of paper to be submitted to Vision Impairment Research, 13 p.

**KARDOULIAS**, Teresa (2003) "Diferent tactile printing methods". En: AXEL, Elisabeth Salzhauer and Leven, Nina Sobol Levent (ed. lit.) Art beyond sight: a resource guide to art, creativity and visual impairment . - [New York]: Art Education for the Blind, American Foundation for the Blind, pp. 267-270.

**ONCE** (2001) "Nuevas tecnologías de la información y comunicación. Nuevas posibilidades laborales para ciegos y deficientes visuales". En: Tercera Muestra de Formación y Empleo (Bilbao. 9. Noviembre. 2001). Jornadas técnicas: Nuevas estrategias de empleo y formación ante la sociedad del conocimiento (documento de uso interno)