

Pilar Espona Andreu.

Universitat Politècnica de València

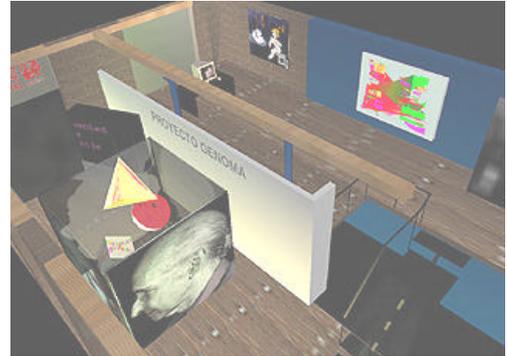
La sociedad digital y las nuevas tecnologías de la comunicación

La sociedad digital

y las nuevas tecnologías

de la comunicación

El patrimonio de nueva generación



“Proyecto Genoma”. Realidad virtual

© Pilar Espona 1998

Las nuevas tecnologías son instrumentos que no se contraponen a los testimonios culturales “tradicionales”, sino que conservan la cultura en la memoria

Jóvenes Amigos del Patrimonio

Cuando revisamos estas notas para su publicación añadimos el proyecto

Jóvenes Amigos del Patrimonio inaugurado el Día internacional de los Museos, (18 de mayo de 2001) durante el Primer Taller Virtual del Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias de Valencia, en colaboración con Forum UNESCO, Universidad Politécnica de Valencia en <http://www.forumunesco.upv.es/jap>.

Sociedad y cultura digitales

En los albores del tercer milenio la **sociedad digital** emergente propicia una cultura, en la que las nuevas tecnologías de la comunicación se configuran como el paradigma de la época.

Para participar en la llamada **nueva sociedad culta**, a disgusto de muchos, es imprescindible estar “iniciado” en las recientes técnicas de la comunicación. En este contexto, la sociedad digital se acredita como una sociedad informatizada en la que tiempos y horarios se solapan, acercando lugares virtuales entre sí, al tiempo que proliferan comunidades virtuales agrupadas en verdaderas tribus ciber-urbanas. Estos nuevos grupos están formados mayoritariamente por personas de menos de cuarenta años, que a su vez, se identifican por gustos e intereses comunes.

Actualmente se constata por un lado, una creciente demanda social en **cultura y patrimonio**, y por otro, un aumento del turismo de ocio cultural, distinto al de sol y playa “tradicionales” fruto de la mejora en la calidad de vida de los ciudadanos, la mejor distribución del tiempo libre y la jornada laboral con las vacaciones repartidas durante todo el año.

Todo ello ha sido posible gracias a dos factores que no se pueden dejar de lado: por una parte el auge de las comunicaciones que se han desarrollado durante el siglo XX, y por otra parte, la nueva sociedad de la información recién estrenada al filo del nuevo milenio.

Las tecnologías de la comunicación, el museo mediático y los usuarios virtuales

Los museos de la “época” entran en competición con las ofertas turísticas más variadas fruto de la nueva moda del consumo cultural de élite. Así, la red internet acerca al museo mediático a los habitantes de la “aldea global” desde dos conceptos bien diferenciados; Uno, a modo de catálogo virtual donde se proponen los contenidos del museo y su proyección social en la Red. Otro, sin olvidar el contenido genérico del primero, se gesta totalmente desde un presupuesto informatizado para la Red. Los dos, sin embargo, están realizados con soportes telemáticos anclados sobre una estructura arquitectónica tejida por bits y albergados dentro de un espacio “**inaprensible**” táctilmente, pero muy eficaz como herramienta de comunicación.

El espacio mediático de la red internet es el medio de comunicación por excelencia para albergar y anunciar la presencia de los **bienes patrimoniales** y culturales. Al tiempo que se adquieren conocimientos del patrimonio y la cultura universales, se visitan virtualmente otros “lugares” sin tiempos ni horarios geográficos, potenciando una nueva forma de “visitantes” y usuarios virtuales.

El museo global

Este museo, instalado en la “aldea global” nace en un espacio construido sobre un sistema de comunicación, mediante un complejo entramado de bits con “vida artificial” propia, y cuya finalidad es acotar un “sitio virtual” susceptible de ser visitado desde cualquier lugar salvando fronteras geográficas y políticas. El nuevo contenedor cultural muestra su contenido, a la vez que conserva, investiga, exhibe y amplía su colección. Sin embargo, el acceso y la visita a los fondos del museo se realiza siempre a través del ordenador.

Para elaborar un proyecto museológico adecuado en las autopistas digitales es necesario, en primer lugar, conocer de cerca estos entornos y como funcionan los mecanismos de la red telemática. En segundo lugar es perceptible un estudio del “usuario medio” y su equipamiento informático, para que el acceso al “lugar de culto” suceda sin mayor dificultad. La excelencia del programa museográfico y las entradas a estos museos, se valorarán instalando una base de datos y un contador de visitas.

El museo como centro de arte

Escribe José Jiménez en su libro "El nuevo espectador" *sobre los nuevos modelos de comportamiento y las formas de **recepción** de las obras que se exhiben en los museos*. En la sociedad contemporánea el visitante del museo quiere participar de la **celebración** como protagonista más que como convidado a la fiesta. Las palabras de moda **interactividad** (actuación) y **usuario** (actor individual), nos inducen a la reflexión sobre qué modelo de museo debe ofrecerse a la sociedad mediática finisecular.

Si se analiza quiénes son los **propietarios del museo** en las sociedades democráticas, quiénes **administran** de los **bienes culturales** y qué **rentas en patrimonio cultural** reciben finalmente los ciudadanos, se obtiene un sabroso punto de partida para hacer una seria reflexión sobre la manera de enfrentar entre todos este importante reto de la “nueva museografía”.

Casa de musas o casa de masas. En una mesa de trabajo del IX congreso anual de la Federación Española de los Amigos de los Museos, celebrado en Vitoria en marzo de 1999, se debatió si el museo debe ser un **centro de arte vivo** en el que los usuarios participan de la fiesta ceremonial, o por el contrario, hay quejar al museo como el mausoleo que abandonaron las musas. La propuesta de muchos autores es que la **recreación** compartida estimula el pensamiento y por tanto la creatividad, retoma otro concepto del **gabinete** (local en que se exhibe una colección de objetos curiosos o útiles para el estudio de algún arte o ciencia), según cita el diccionario de la Lengua, para adaptarlo al taller didáctico en el Museo convertido en un espacio de **ocio, cultura y creatividad**. En: <http://www.cyberdrac.com/cybermuseum/revista08.htm>. Valencia 1999.

Con el título **El Museo como centro de Arte** se han iniciado en 1999 bajo nuestra dirección de las actividades culturales y didácticas del Museo Nacional de Cerámica y Artes Suntuarias de Valencia. Todas las actividades se documentan informáticamente.

Pilar Espona.



El patrimonio intangible de nueva generación

El museo global, al que llamamos museo mediático, está instalado en un medio de comunicación telepresencial formado por una arquitectura informática y con un soporte tejido por bits. En estos portales podemos hacer dos distinciones bien diferenciadas: el museo para Internet, que es el “verdadero” museo digital (cibermuseo, museo virtual), y el museo en Internet o museo “digitalizado” (nuestro Ecomuseo Digital).

En la sociedad digital coexisten al tiempo dos patrimonios, el patrimonio “tradicional”, con el patrimonio de “nueva generación”, que los dos son tan auténticos como verdaderos. Dentro del **patrimonio intangible de nueva generación** hay, a su vez, dos grandes apartados que corresponden, por un lado, a los **documentos digitales** propiamente informáticos, al que llamamos **patrimonio intangible “verdadero”**. Y por otro, a los **documentos digitalizados** que también formarán parte del **legado digital**. Estas dos concepciones las clasificamos como digitales y digitalizados.

La sociedad de la información desarrolla la cultura bajo un concepto de “globalización” concebido para el público de la “gran aldea”. En este marco, al patrimonio cultural “tradicional” se añade paulatinamente un nuevo patrimonio realizado enteramente con soportes digitales. Este patrimonio, al que se puede llamar de “patrimonio de nueva generación”, es a priori un **bien documental** creado con verdaderos mecanismos informáticos. Los “bienes documentales” se alojan ahora tanto en espacios virtuales para usos restringidos, intranet, como en los espacios públicos de la red internet.

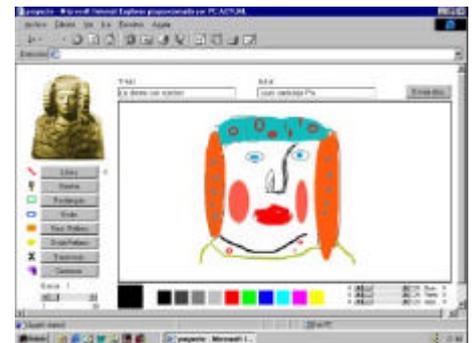
Al filo del milenio nace un “nuevo arte”, el arte digital, y una nueva cultura, la “cultura digital”. El arte digital es concebido desde parámetros informáticos donde las nuevas tecnologías de la comunicación son a la vez el soporte y la finalidad, el medio y el mensaje. Los textos hipermedia se mezclan al tiempo con texto, color, forma, sonido y movimiento, todo ello mostrado en dos o tres

dimensiones, con el presupuesto de que el usuario puede inter-actuar con el teclado para tener acceso a la información programada, formando así parte de la obra, que a su vez puede ser susceptible de ser modificada tantas veces se quiera.

El “arte digital” propio de la “época” es intangible táctilmente tanto como las propias obras, pudiendo estas elaborarse al modo de una producción cinética, si así lo desea su autor, y para lo cual es necesario contar con un equipo de producción multidisciplinar artístico e informático.

Proyecto didáctico “Jóvenes Conservadores”

El proyecto forma parte de la investigación llevada a cabo en la Universidad Politécnica de Valencia, para el desarrollo e implementación de un software en tiempo real para internet, cuyo objetivo principal es organizar talleres digitales por la Red para el conocimiento y disfrute del patrimonio autóctono, mediante la creación interactiva con técnicas inducidas de creatividad y experimentación en el marco del arte contemporáneo.



Detalle de la paleta virtual y el software web “Interpretar una obra artística”. UPV, Escola d’Estiu, 1998.

Taller didáctico interactivo por internet

La Dama viaja, talleres didácticos sobre la Dama de Elche., ha inaugurado el primer taller digital *La Dama virtual*, primer taller didáctico interactivo por Internet, proyecto piloto realizado en la Universidad Politécnica de Valencia durante la Escola d’Estiu de 1998. Esta propuesta de investigación plástica, une la creatividad y la pedagogía acercando al nuevo espacio aurático del contenedor arquitectónico informático.

“Con esta experiencia, pionera en la Universidad Politécnica de Valencia, se ha recuperado en la memoria por la red Internet con un paradigmático ejercicio de creatividad, la emblemática imagen de La Dama de Elche, de excepcional escultura ibérica, que es patrimonio de los valencianos y de la toda humanidad.” Juan Ángel Blasco, profesor Titular de Historia del Arte de la Universidad Politécnica de Valencia.

En <http://www.cyberdrac.com/cybermuseu/revista02.htm>. Valencia, 1999.

Este proyecto educativo tiene como premisas la educación artística de los jóvenes en un ambiente lúdico y distendido, “recreando” sus propias obras dentro y fuera del contexto arquitectónico del museo. Por otra parte, en los talleres se propicia el conocimiento, conservación, difusión y disfrute del patrimonio cultural, legado que los jóvenes recibirán en un futuro inmediato.

<p>A)</p> <p>EL MUSEO GLOBAL Está instalado en un medio de <u>comunicación telepresencial</u></p> <p>Realizado con una <u>arquitectura informática</u> tejida con bits, SOBRE soporte y CON medios digitales.</p> <p>DOS DIFERENCIAS</p> <p>a) museo <u>para</u> Internet museo digital (Cibermuseo, museo virtual) realizado con documentos digitales.</p> <p>b) museo <u>en</u> Internet museo digitalizado (EcoMuseo Digital © Espona) realizado con documentos digitalizados.</p>	<p>B)</p> <p>INTERNET _ Medio de comunicación. _ Proyectos realizados con multimedia e hipertexto. _ Es una mezcla de radio, televisión, prensa gráfica y escrita, y cine.</p> <p>POSIBILITA: _ La edición en tiempo real. _ La congelación de la información en la Red. _ Edición “abierta” con la particularidad de modificar o destruir los documentos indefinidamente. _ El acceso 24 horas sobre 24 horas desde lugares geográficos distantes y horarios diferentes. _ La interactividad con los usuarios.</p>
<p>C) <i>El museo global</i> CONTENEDOR / SOPORTE <u>arquitectura informática</u> - Contenedor telepresencial tejido por bits. - Creado sobre soportes y medios digitales.</p> <p>Sobre un <u>espacio de comunicación</u> - Realizado con un lenguaje propio de los medios.</p> <p><u>La puesta en escena en el entorno informático</u> - Debe tener un rápido y fácil acceso. - Para el entorno informático “del usuario medio”. - Con servicios propios de la Red, enlaces, ventas, etc.</p> <p>PARA: - Visitantes por la red. - Investigadores / profesionales.</p> <p>NUEVO OCIO CULTURAL - Turistas virtuales, futuros visitantes “reales”. - Nuevos amigos de los museos.</p>	<p>D) CyberMuseu Interactiu (© Espona) PATRIMONIO INTANGIBLE museo <u>para</u> / <u>en</u> Internet</p> <p>1) artDigital / obras digitales para la Red</p> <p>ANTECEDENTES: <i>Jóvenes Conservadores</i> Proyecto educativo en el ámbito del patrimonio cultural con técnicas creativas.</p> <p>2) I <u>colección digital</u> <i>LA DAMA VIRTUAL</i>, 1998 Universidad Politécnica de Valencia.</p> <p>3) II <u>colección digitalizada</u> <i>LA DAMA DE BARRO</i>, 1999 Museo Nacional de Cerámica <i>González Martí, Valencia</i>.</p>

Bibliografía

Espona, Pilar.

“Arte y sociedad digital”. En *Cimal, arte internacional*, nº 47. Valencia 1996. pp. 23-25.

“El guión interactivo”. <http://www.cyberdrac.com/guioninteractivo>. Cyberdrac, Valencia 1997.

“El museo al final del milenio”. En *XXIII Reunión de Estudios Regionales, Arco Mediterráneo*. Universidad Politécnica de Valencia 1997. Tomo II. pp. 172-178.

“Internet como instrumento de creación artística”. En *Internet ¿en el umbral de un cambio social*. Seminario Universidad Internacional Menéndez y Pelayo, Valencia 1998.

“El museo como centro de conocimiento y creatividad “. En *Rentabilidad social y cultural del Museo. El museo como centro de arte*. IX Congreso anual de la FEAM. Museo de Bellas Artes de Álava, Victoria-Gasteiz 1999. Boletín Informativo de la FEAM Nº 12. Madrid, Museo del Prado 1999.

“Forum UNESCO AEDP” UPV Sede Central Universidad y Patrimonio. En *Proyectos y Actividades realizados en el ámbito del Patrimonio*. Universidad Politécnica de Valencia 1999. pp. 108, 109, 144 145, 150.

“Arte digital y nuevas tecnologías”. En *Contrastes*, Valencia nº 6, octubre – noviembre 1999. pp.38 a 43.

“Museo mediático y turismo cultural. Nuevas aportaciones en el contexto del turismo virtual”. En *I Encuentro Museos, Patrimonio y Turismo*. Museo Nacional de Arqueología de Madrid 1999. Comunicación.

“Los museos valencianos miran al 2000”. En *Boletín de la Federación Española de Amigos de los Museos* Nº 13. Museo del Prado, 2000. pp. 4. En <http://www.forumunesco/feamboletin/>.

Baudrillard, Jean. *Cultura y Simulacro*. Kairós, Barcelona, 1978, 1998.

La guerra del golfo no ha tenido lugar. Anagrama, Barcelona 1991.

Borges, Luis. *El Aleph*. Alianza, Madrid 1971, 1998.

Chomsky, Noam / Ramonet, Ignacio. *Cómo nos venden la moto*. Icaria, Barcelona, 1995, 1996.

Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*.

Gubern, Roman. *Del bisonte a la realidad virtual*. Colección Argumentos, Anagrama, Barcelona 1996.

Jiménez, José. (1989): *La vida como azar*. Mondadori, Madrid, 1989.

Marshall McLuhan / B. R. Powers. *La aldea global*. Gedisa, Barcelona, 1988.

Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano. Paidós, Barcelona 1964/94.

Negroponte, Nicholas: *El mundo digital*. Ediciones Zeta, Barcelona, 1995.

Ramírez, Juan Antonio. *Edificios y sueños*. Nerea, Madrid, 1991.

Ramonet. Ignacio. *La tiranía de la comunicación*. Debates, Madrid 1998.