

...s & Associations

Connexion

S'inscrire

Select language >

ŒUVRES &
PALAIS

ARTS &
ÉDUCATION

SOUTENEZ
LE LOUVRE



En el presente estudio analizamos el papel que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) tienen sobre los museos y las potencialidades de la Web 2.0 como configuradora de nuevas narrativas museísticas. Dentro del texto incluimos ejemplos europeos y latinoamericanos de museos virtuales y la presencia de exposiciones en la red. Concluimos con una valoración acerca del uso de las redes sociales en los museos y algunos ejemplos significativos.

Museo / Internet / Redes sociales / Web 2.0

In the present study we analyzed the role of Information Technology and Communication (ICT) are on museums and the potential of Web 2.0 and new narratives that configures museum. Within the text include European and Latin American's examples of virtual museums and exhibitions presence on internet. We conclude with an assessment about the use of social media in museums and some significative examples.

Museum / Internet / Social Network / Web 2.0.

En las últimas décadas las sociedades más desarrolladas se han regido por conceptos como ocio, cultura, patrimonio y conservación. Estos han ido configurando una nueva imagen social marcada en parte por el respeto al pasado como forma de conocimiento y como vehículo de desarrollo¹. La aparición e incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación al ámbito patrimonial marca nuestra sociedad. Dos aspectos que, aunque en sus inicios se consideraban como dos realidades muy dispares, hoy vemos que su relación y mutua influencia es imprescindible para ambas. Y decimos para ambas porque el patrimonio se ha beneficiado de estos nuevos lenguajes a la hora de la difusión y de mostrar sus potencialidades didácticas y educativas, mientras que los aspectos tecnológicos se han *humanizado* gracias al aporte de los aspectos patrimoniales².

Términos como medio digital, realidad aumentada, hipertexto, realidad virtual o hipermedia han entrado a formar parte de nuestro vocabulario cotidiano y son cada vez más los que utilizan estos lenguajes, sobre todo en aspectos relacionados con el patrimonio³.

La UNESCO subraya el peligro que representa para la diversidad de las culturas y su riqueza patrimonial material e inmaterial, una apropiación excesiva de los conocimientos científicos y técnicos. También afirma que la *fractura digital* constituye un nuevo factor de exclusión social y cultural, por lo que prioritariamente se precisan acciones de alfabetización e inclusión digital.

1 Lipovetsky, 1993.

2 Castells, 2002.

3 Bellido Gant, 2002.

Los museos en la red

La existencia de museos en el medio digital es un fenómeno que ha adquirido notoria importancia en la última década⁴. La presencia de las instituciones museísticas en la red ha pasado de permitir la concreción de ciertos objetivos a convertirse en una verdadera necesidad, abriendo las puertas a una variable inédita dentro de la *nueva museología*.

Las visitas reales al Louvre en 2012 se cifraban en más de nueve millones de visitantes anuales; por contrapartida, los visitantes virtuales acudían al *site* del museo en un número cercano al millón por mes. En cuanto a la *www* se apuntaba que en sus albores, hacia 1993, se contabilizaban 130 sitios, frente a los 650.000 a principios de 1997: hoy no podríamos aseverar cuantos millones existen.



Figura 1: Site del Museo del Louvre

En el número 204 de la revista *Museum* se citaba un conjunto de razones fundamentales para convencer a cualquier gestor de museos de la importancia de crear para sus instituciones un *museo virtual*; sintetizamos algunas de ellas: su carácter de herramienta para proporcionar información al público; el carácter abierto de internet, su acceso público y gratuito; la factibilidad de llegar a un público alejado de sus zonas de acceso físico; el tener una página de presentación en la Web da pedigrí añadido a los museos, “ya que su imagen de marca, su reputación de calidad y su autoridad, les permiten destacarse”. Y continúan las razones: “Las visitas al museo virtual de Internet complementan las visitas reales y no compiten con ellas... cuanto más gente visite el sitio del museo en Internet, más gente lo visitará en la vida real”⁵.

Pero no todo deben ser parabienes para estas tecnologías. En un trabajo sobre los usos y abusos de Internet por parte de los museos, Cunliffe enumera los tres problemas principales de los sitios de museos: 1. Desarrollo sin una clara noción del objetivo del sitio; 2. Falta de evaluación para saber si satisfacen las necesidades y deseos de los usuarios; 3. Material en el sitio que duplica aquel del espacio físico del museo, sin aprovechar las posibilidades que brinda el nuevo medio⁶.

4. Moreno, 2002.

5. Lond, 1999: 2-3.

6. Cunliffe, 2002.

Un análisis no exhaustivo por los sites de algunos museos pone de manifiesto que estos males están presentes en algunos de los sitios. Algunas instituciones se han sumado a la moda de *Intermitis*. Esto puede ser muy costoso para los museos, dado que está demostrado que las instituciones pierden 40% de sus visitantes virtuales tras una experiencia negativa con el sitio. Cunliffe indica que lo fundamental es la evaluación de los usuarios, lo cual permite al museo desarrollar un *site* que sea atrayente y útil para los visitantes. A pesar de estas reservas, afortunadamente son cada vez más los museos que se esfuerzan por ofrecer unas presentaciones digitales acordes con la categoría de la institución que representan.

Los museos son sin duda una de las instituciones que tienen una mayor presencia en la red, no sólo en el ámbito latinoamericano, sino a nivel mundial. Dentro de las instituciones destacamos la página de la Fundación ILAM⁷, creada en 1997 y dedicada a la gestión del patrimonio cultural y natural, las distintas políticas culturales y la museología en Latinoamérica. En el apartado de museología se ofrece información sobre el *Directorio electrónico de museos y parques latinoamericanos* que nos conduce a un mapa interactivo donde se puede seleccionar un país y tener acceso directo a sus museos. Especialmente representado están los museos argentinos con 1108 instituciones virtuales o los brasileños con 2005.

El interés por potenciar la presencia virtual de los museos se puso de manifiesto en iniciativas como el Programa INFOLAC (Programa de la Sociedad de la Información para América Latina y el Caribe), con el auspicio de la UNESCO-Quito y el apoyo de la Universidad de Colima (México), que convocaron el concurso Premio INFOLAC Web 2005 a los Mejores Museos en Línea, con el fin de fortalecer la formación cultural informal en la región latinoamericana y caribeña con base en el uso de las tecnologías de la información. Este concurso contó con el aval de la Presidencia del Comité Dominicano del Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Histórico-Artísticos (ICOMOS) y el Consejo Internacional de Museos para América Latina y El Caribe. (ICOM-LAC)⁸.



Figura 2: Museo Chileno de Arte Precolombino

7 <http://www.ilam.org/> [Consulta: 13 septiembre 2013].

8 Bellido Gant, 2008.

Participaron equipos de trabajo de América Latina y el Caribe, que desarrollaron su trabajo museográfico a través de ediciones digitales disponibles al público vía Internet (páginas, sitios, portales, weblogs y otros similares), cuyo objetivo principal era exponer colecciones permanentes y/o temporales de arte, objetos científicos y culturales, piezas históricas o de la naturaleza. Los ganadores de la edición del 2005 fueron: Museo Chileno de Arte Precolombino (www.precolombino.cl) para el mejor museo de arte. También consiguieron premio en esta categoría el Museo Andrés Blaisten (México) (www.museoblaisten.com) y el Museo de Arte Contemporáneo (Brasil) (www.macvirtual.usp.br). Museos con base científica: Museo Antropológico Rapanui (Chile) (www.museorapanui.cl), Museos de difusión: Museo del Oro (Colombia) (<http://www.banrepcultural.org/museo-del-oro>), Museo Larco (Perú) (www.museolarco.org) y Museo Raimondi (Perú) (www.museoraimondi.org.pe).

Otras iniciativas interesantes por lo que suponen de trabajo en equipo son las experiencias llevadas a cabo en países como Argentina⁹ o México. Para el primer caso destacamos la experiencia de reunir en una única página web información de las 115.000 piezas museológicas que atesoran los museos nacionales argentinos, que podrán consultarse de manera gratuita. Por primera vez, las colecciones de esas instituciones estarán inventariadas y digitalizadas en una única base, que también será una importante herramienta para la prevención del tráfico ilícito del patrimonio nacional. En la página de Internet se podrá ver no sólo la imagen del objeto, sino también la información de su ingreso en el patrimonio, restauraciones y préstamos a otras instituciones, por lo que el sistema estará en constante actualización¹⁰.



Figura 3. Site del Sistema de Museos Virtuales

El proyecto comenzó en 2006, cuando la Secretaría de Cultura firmó un acuerdo con Chile, por el cual el país trasandino transfirió a la Argentina el software Sur, que desarrolló hace más de 20 años para el registro nacional de sus bienes culturales.

El otro proyecto se desarrolla en México y se trata de un Sistema de Museos Virtuales iniciado en 2006 por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM). Este proyecto está

9. Casarinos, 2009.

10. Gutiérrez Vázquez, 2007: 236.

integrado por una serie de museos cuyo eje orientador "es el de la contribución para la generación de visiones contemporáneas del concepto de *Patrimonio*, a la luz de las ideas y las alternativas, también contemporáneas, de lo virtual y de la exploración de las posibilidades de la cibercultura y la tecnología"¹¹.

Los museos virtuales que se abren en 2009 son el museo virtual Museo de Museos, (<http://museosvirtuales.azc.uam.mx/mm/>) en el que se presentan seis salas con exhibiciones dedicadas a instituciones museísticas del mundo (no virtuales), con acervos significativos de la cultura humana; Museo de Nacional de Antropología (Ciudad de México), Museo de Antropología (Vancouver), Museo de Antropología de Xalapa (Xalapa), Museo Metropolitano de Arte (Nueva York), Instituto de Arte de Chicago (Chicago) y Museo Británico (Londres)

También podemos destacar el museo virtual Metrópolis, (<http://museosvirtuales.azc.uam.mx/metropolis/>) dedicado a ciudades emblemáticas del mundo y que, más allá de su trascendencia, económica, política, social o cualquier otra, presentan formas de convivencia humana modelada por la percepción que de ellas tienen sus habitantes. Las ciudades son: Vancouver (Canadá), Chicago (Estados Unidos de América), Londres (Gran Bretaña) y Amsterdam (Holanda).

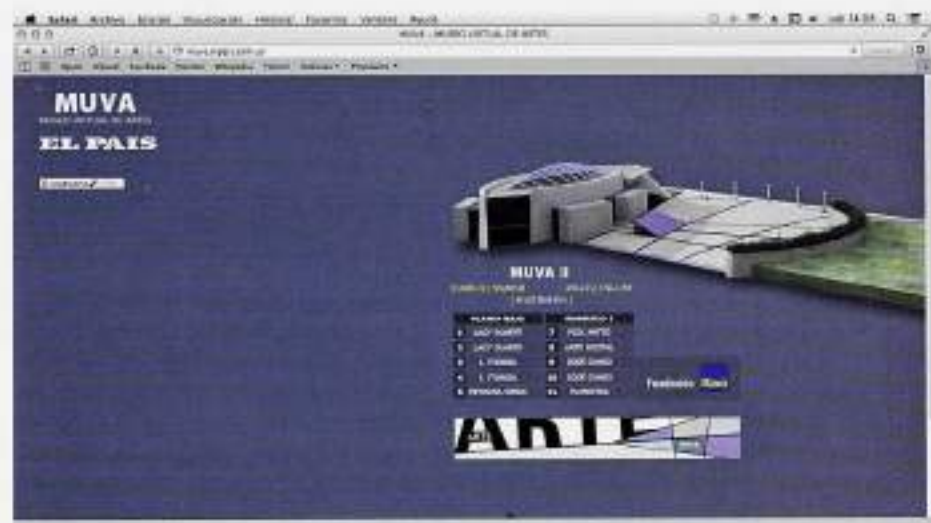


Figura 4: Museo Virtual de Arte MUVA (Uruguay)

Otro museo digno de destacarse es el Museo Virtual de Arte-MUVA (Uruguay) (<http://muva.elpais.com.uy/>). Iniciativa apoyada por el principal diario uruguayo, El País, y consolidada con la tarea interdisciplinar de arquitectos, diseñadores e historiadores que han hecho de esta institución una verdadera obra de arte digital en sí misma, sólo existente en la red. Dedicada a la difusión del arte uruguayo contemporáneo, logra el desafío de reunir en un espacio virtual obras muchas de las cuales se hallan en los talleres de artistas y en colecciones privadas, y que rara vez llegan a museos, centros de exhibición o galerías. Juntar esas obras en un solo espacio real es muy difícil, pero un medio virtual permite hacerlo.

El éxito del MUVA se consolidó con la inauguración, el 30 de agosto de 2007, de una segunda sede virtual del museo, el MUVA II, para seguir ofreciendo una visión lo más

11 <http://museosvirtuales.azc.uam.mx/> [Consulta: 12 septiembre 2013]



Figura 5. Obras maestras del Prado en Google Earth

completa posible del arte uruguayo contemporáneo. Se trata de plasmar virtualmente la idea del museo franquicia que tan buenos resultados ha dado en otros ejemplos de sobra conocidos por todos¹².

Junto a estas experiencias queremos reseñar algunas iniciativas recientes de gran interés en dos de las pinacotecas más importantes de España. Nos referimos a *Obras maestras del Prado en Google Earth* y *Tu ciudad en el Thyssen* en Flickr.

En el primer caso se trata de realizar una visita al museo madrileño por medio de *Google Earth*. Una experiencia pionera para ver reproducciones de algunas de las obras más significativas del museo con una calidad excepcional. Para ello se han digitalizado las imágenes con cerca de 14.000 millones de píxeles, un nivel de detalle 1.400 veces mayor que el que obtendríamos con una cámara digital de 10 megapíxeles.

El proyecto permite admirar detalles imperceptibles para el ojo humano de 14 obras maestras de la pintura conservadas en la pinacoteca. *Las Meninas*, *El Caballero de la Mano en el Pecho* o *Las Tres Gracias* son algunos de las pinturas que se han fotografiado y que ya se pueden contemplar en *Google Earth* activando la capa de Edificios en 3D y haciendo clic sobre el Prado. *Google Earth* se puede descargar en <http://earth.google.es/>.

La apuesta que el Museo del Prado está haciendo por las nuevas tecnologías es constante. De hecho ha puesto sus contenidos multimedia en la red a través de PradoMedia, un canal dedicado en exclusiva a recopilar y dar acceso directo a todos los contenidos multimedia de su web, y ha lanzado un canal en YouTube con más de sesenta videos de diversas temáticas que se irán incrementando progresivamente conforme a las nuevas exposiciones, investigaciones y actividades. Además sus canales en las redes sociales Twitter y Facebook han registrado un creciente y llamativo incremento de seguidores contando con más de 90.000 y 60.000 usuarios suscritos, respectivamente, cifras que incluso superan a las de los museos europeos de sus características.

12. Haber, 2007

El segundo proyecto es el denominado *Tu ciudad en el Thyssen*. Se trata de un enlace de Flickr en el que se puede disfrutar de 45 obras del museo. La particularidad de la iniciativa es que junto a la imagen del cuadro se puede ver un texto explicativo con enlaces al sitio en el que se pintó ese cuadro y que aparecen fotografiados en la actualidad. Aunque pudiera parecer una opción para ver arte sin salir de casa, el objetivo último de esta propuesta es invitar al público a realizar visitas presenciales en el museo y facilitar al usuario más información sobre las obras de arte del museo.

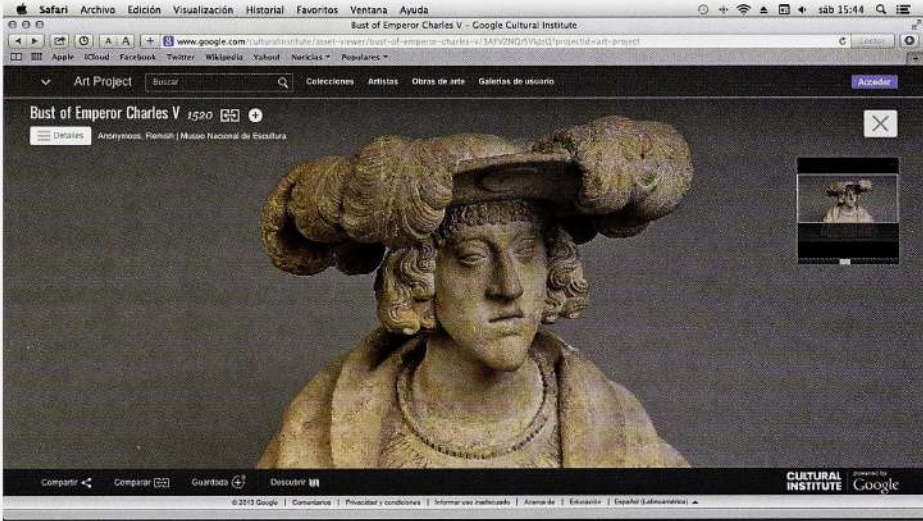


Figura 6: Site de Google Art Project

Por último y por su inestimable valor nos referimos a *Google Art Project*, uno de los mayores proyectos de museos *on line*, que se inició en febrero de 2011 y que en la actualidad cuenta con instituciones de 40 países del mundo lo que permite realizar una visita virtual a través de las salas de los museos seleccionados. El proyecto incorpora un sistema de búsqueda múltiple que permite buscar por colección, título o artista de entre las 20.000 piezas digitalizadas en alta definición e integra algunas redes sociales para que los usuarios compartan sus experiencias.

Vemos pues como los museos salen fuera de sus muros y se hacen visibles y reconocibles para una cantidad ingente de visitantes, reales o virtuales, que se acercan a sus colecciones y disfrutan de sus actividades. Lo único que nos queda esperar es que esta visibilidad y globalización no acabe con el misterio y la emoción que debe rodear a estas instituciones.

Pero junto con la presencia institucional de los museos en la red, también esta ofrece otras importantes ventajas como el trabajo colaborativo que se convierte en una herramienta muy eficaz para compartir recursos. En este sentido es necesario destacar la presencia, en internet, de redes de museos que se presentan de forma conjunta. Existen importantes ejemplos de este trabajo en red aunque destacamos la BaseMusa¹³, un proyecto de la Subdirección General de Museos dependiente de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, que engloba 193 museos chilenos a los que se puede acceder a partir de esta

13 <http://www.basemusa.cl/> [Consulta 12 septiembre 2013].



Figura 7: Base Musa de Chile

página. De forma similar en Colombia existe una Red Nacional de Museos¹⁴ que ofrece un directorio en línea para hacer búsquedas por nombre de la institución, tipo de colección, departamento, ciudad o tipología. Esta misma página facilita un enlace a colecciones en línea que permite acceder al Plan Nacional de Gestión de Colecciones a través del cual se pueden hacer búsquedas por Departamento, Ciudad, Museo, Autor de la pieza o Título y Colección. También se facilita una imagen de la pieza de calidad aceptable.

Para el ámbito venezolano destacamos la Red de Museos de Venezuela¹⁵ que ofrece un directorio de instituciones venezolanas y un buscador por colecciones que ofrece búsquedas por autor, título, clasificación genérica e institución. Los resultados aportan información textual de gran calidad aunque echamos en falta que esta información no se acompañe de una imagen de la pieza.

El medio digital también permite prolongar la experiencia y presencia de exposiciones en la red. Podemos encontrar desde la simple nota informativa con horarios, precios y ubicación, hasta auténticas exposiciones virtuales que no sólo ofrecen información sino también una presentación de gran calidad y riqueza. En ocasiones estas exposiciones se encuentran dentro de la página oficial de la institución que la organiza pero también encontramos algunos casos, donde la exposición tiene tanta entidad que presenta su propia página para facilitar el acceso a la misma. Por su cuidado diseño e interactividad destacamos la exposición organizada por el BBVA titulada *Arte Latinoamericano en la colección BBVA*¹⁶ y celebrada en Madrid entre septiembre y diciembre de 2007 o la celebrada en la Biblioteca Nacional de Madrid titulada *América Latina 200 años de historias 1810-2010*¹⁷. Ambas ya clausuradas pero que siguen siendo visitadas a través de la red.

14 <http://www.museoscolombianos.gov.co/> [Consulta 13 septiembre 2013].

15 <http://www.museosdevenezuela.org/> [Consulta 13 septiembre 2013].

16 <http://www.bbva.com/TLBB/expo/index.html> [Consulta 12 septiembre 2013].

17 <http://www.bne.es/es/Micrositios/Exposiciones/America/index.html> [Consulta 12 septiembre 2013].

Las potencialidades de la web 2.0

Uno de los grandes avances del medio digital tiene que ver con las potencialidades de la Web 2.0, que ha supuesto una auténtica revolución dentro del panorama digital. Hasta hace muy poco nosotros funcionábamos con la Web 1.0 (1994-2003) que se caracterizaba por un modelo estático de interconexión y por un usuario que exploraba o navegaba sobre la información existente. A partir del 2003-2004 se ha producido un enorme salto tecnológico al iniciarse las prestaciones de la Web 2.0 que parte de un modelo dinámico de interrelación y colaboración de los usuarios y donde estos participan, interactúan y crean sus propias informaciones.

Para Anibal de la Torre, la Web 2.0 es una forma de entender Internet que, con la ayuda de nuevas herramientas y tecnologías de corte informático, promueve que la organización y el flujo de información dependan del comportamiento de las personas que acceden a ella, permitiéndose no sólo un acceso mucho más fácil y centralizado a los contenidos, sino su propia participación tanto en la clasificación de los mismos como en su propia construcción, mediante herramientas cada vez más fáciles e intuitivas de usar¹⁸.

Así pues la Web 2.0 se caracteriza por un nuevo concepto de aprendizaje y enseñanza que propicia la colaboración y el conocimiento abierto y fomenta la participación del usuario. La información adquiere un carácter colectivo con sitios fáciles, usables y ágiles donde los usuarios controlan su propia información y permite reelaborar páginas con contenido flexible y dinámico.

Estas características se concretan en una serie de herramientas como los Blogs¹⁹, Wikis²⁰, Etiquetado Social²¹, RSS (sindicación de contenidos)²², sistemas para compartir fotos, video, audio, presentaciones, software²³, valoración y selección colectiva de recursos (bookmarking social) y redes sociales. Podemos afirmar que las prestaciones de la Web 2.0 abren un nuevo campo de experimentación y trabajo colaborativo entre los museos y sus usuarios, aunque sus utilidades aún no han entrado en muchas de las páginas webs de nuestros museos.

Dentro de las herramientas de la Web 2.0 una de las que está atrayendo más atención son las redes sociales. Este término se relaciona con un fenómeno reciente en la red, relativo a estructuras sociales compuestas de grupos de personas, donde los individuos que forman dicha estructura se encuentran relacionados entre sí a través de Internet. La relación o relaciones que los vinculan pueden ser de muy diversos tipos, (amistad, parentesco, ideología, religión, intereses comunes y/o aficiones, intercambios financieros, relaciones sexuales,

18. De la Torre, 2011.

19. Un blog o bitácora, es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. Se trata de una herramienta ágil de difusión y reflexión que requiere de la participación activa de los usuarios.

20. Un wiki (del hawaiano wiki wiki, «rápido») es un sitio web colaborativo que puede ser editado por varios usuarios. Los usuarios de un wiki pueden así crear, modificar, borrar el contenido de una página web, de forma interactiva, fácil y rápida; dichas facilidades hacen de la wiki una herramienta efectiva para la escritura colaborativa. En las wikis, no sólo se escribe para los lectores, sino que se escribe con ellos.

21. Se trata de una práctica que se produce en entornos de software social cuyos mejores exponentes son los sitios compartidos como del.icio.us (almacenar, compartir y descubrir webs favoritas), Flickr (fotos), lagann (lugares) o 43 Things (ideas, proyectos). Da nombre a la categorización colaborativa por medio de etiquetas simples en un espacio de nombres llano, en jerarquías ni relaciones de parentesco predefinidas.

22. El RSS es una herramienta creada para extraer información que se actualiza frecuentemente (noticias, mensajes de un foro, artículos de un weblog, podcasts, etc.). Es un sencillo formato de datos que es utilizado para redifundir contenidos a suscriptores de un sitio web. El formato permite distribuir contenido sin necesidad de un navegador, utilizando un software diseñado para leer estos contenidos RSS.

23. Consiste en crear archivos de sonido (generalmente en MP3) y poder suscribirse mediante un archivo RSS de manera que permita que un programa lo descargue para que el usuario lo escuche en el momento que quiera, generalmente en un reproductor portátil. Se asemeja a una suscripción a una revista hablada en la que recibimos los programas a través de Internet.



Figura 8. Twitter del Museo Diego Rivera Anahuacalli

entre otros). Se usa también como medio para la interacción entre diferentes sitios y tipologías de la Red 2.0, como chats, foros, juegos en línea, blogs, etcétera.

La investigación multidisciplinar ha mostrado que las redes sociales operan en muchos niveles, desde las relaciones de parentesco hasta las relaciones de organizaciones a nivel estatal. A eso hay que añadir que se han convertido en el servicio más utilizado de la Web 2.0 y ejercen un fuerte impacto en la vida cotidiana, por lo que desempeñan un papel crítico en el grado en el cual los individuos o las organizaciones alcanzan sus objetivos o reciben influencias.

A partir de 2004 el panorama de los nuevos medios sociales explota. Surgen más de 200 redes, y su popularidad creció rápidamente fomentada por las grandes compañías que entraron en este sector en Internet, como Google, que lanzó Orkut, o los buscadores Kazza! y Yahoo, que desarrollaron sus propias redes. Pero sobretodo, 2004 fue un año clave al nacer Facebook, la red que acabó por dominar el mercado de las redes sociales hasta nuestros días, y que nació junto a Flickr, la web de fotografía con cualidades sociales que hoy es líder mundial en su tipología. En diciembre, finalizando 2004, llegaría MSN Spaces (Windows Live Spaces). En febrero de 2005 nació el portal de video con características socializantes YouTube; tiempo después llegarían Twitter y Tuenti, la red española lider surgida en noviembre de 2005. Ya en 2011, con el nacimiento de Google+, tanto analistas como público generalista se plantean no sólo si será la red que definitivamente acabe con la hegemonía de la web de Mark Zuckerberg, también si será el camino hacia nuevas formas de comunicación, difusión e intercambio de conocimientos.

El uso de las redes sociales en ámbitos patrimoniales tiene, cada vez más, una gran acogida. Instituciones como el Museo Nacional de Antropología de México o el Museo de Diego Rivera Anahuacalli tienen, en su página web, enlaces directos a Twitter. De hecho encontramos en Twitter Museums una relación de todos los museos que tienen cuenta en esta red social. Facebook no se queda atrás y presenta un directorio de los museos e instituciones patrimoniales que tienen presencia en esta red.

Se trata, en definitiva, de acercar aún más la obra de los museos al gran público aprovechando las potencialidades que el medio digital pone a disposición del consumo cultural. ●

Bibliografía

Bellido Gant, M^a Luisa2001 *Arte, museos y nuevas tecnologías*. Gijón: Trea.2007 *Aprendiendo de Latinoamérica. El museo como protagonista*. Gijón: Trea.2008 El escenario infinito. Internet y la musealización sin fronteras. En *Acceso, comprensión y apreciación del patrimonio histórico-artístico. Reflexiones y estrategias. El contexto museístico*. Rodríguez Ortega, Nuria (ed.): 185-202. Málaga: Ayuntamiento de Málaga.

Carreras Monfort, C., Munilla Cabrillana, G.

2005 *Patrimonio digital*. Zaragoza: Editorial UOC.

Casasnovas, Laura

Los museos pondrán su patrimonio en Internet. http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1114838 [Consulta: 12 septiembre 2013]

Castells, M.

2002 La dimensión cultural de Internet. En *Cultura y sociedad del conocimiento. Presente y perspectivas de futuro*. Barcelona: FUIOC e IOJB.

Colorado Castellary, Arturo

2010 Perspectivas de la cultura digital. *Zer. Revista de estudios de Comunicación*, 28: 103-115.

Cunliffe, D., et al.

2002 Usability Evaluation for Museum Web Sites. *Museum Management and Curatorship*, 3.

De la Torre, A.

Definición de Web 2.0. *Bitácora de Anbal de la Torre*. http://www.cadelat.org/index.php?title=conceptos_clave_en_la_web_2_0_y_iii&more=1&c=1&t=1&p=1 [Consulta: 28 septiembre 2011].

Deloche, B.

2002 *El museo virtual*. Gijón: Trea.

Gutiérrez Vinales, R.

2007 Museos Nacionales de Arte en Internet. Viajando por Latinoamérica en un clic. En *Aprendiendo de Latinoamérica. El museo como protagonista*. Bellido Gant, M^a Luisa (ed.): Gijón: Trea.

Haber, A.

2007 MUYA Museo Virtual de Artes El País: el museo imposible. *El relato de una protagonista*. En *Aprendiendo de Latinoamérica. El museo como protagonista*. Bellido Gant, M^a Luisa (ed.): Gijón: Trea.

Lipovetsky, G.

1993 Cultura de la conservación y sociedad postmoderna. En *La cultura de la conservación*. A.A.VV. Madrid: Fundación Cultural Banesto.

Lord, M.

1999 Editorial. *Museum International*, 204: 2-4.

Moreno, Isidro

2002 *Museos y nuevas tecnologías. El relato hipermultimedia*. Barcelona: Paidós.

Veltman, K.H.

2003 Desafíos de la aplicación de las TIC al patrimonio cultural. *PH. Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 46.