



PAVÓN, J. (Coord.). **El patrimonio cultural en la era digital**. Roma: Aracne. 120 p.



Leticia Tobalina-Pulido

Juan de la Cierva Formación¹ / Incipit-CSIC, España

leticia.tobalina@incipit.csic.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3315-5506>

Coordinada por Julia Pavón, profesora titular de Historia Medieval de la Universidad de Navarra (Pamplona, España), la obra se compone de seis contribuciones más introducción de la coordinadora y prefacio de Olimpia Niglio (profesora de la *Università degli studi di Pavia*, Italia). El objetivo de la misma es “abrir un espacio de debate sobre cómo se concibe y se modelan los medios para acceder, aprender, transmitir y conservar el valor más inherente del patrimonio en el sentido más amplio de la palabra” (Pavón, 2020: 13). Los autores de las seis contribuciones brindan sus experiencias en gestión, educación y divulgación en centros museísticos y expositivos españoles dentro del contexto de la era digital que vivimos. La bibliografía se localiza al final del libro, pero separada por capítulos. Se trata de una obra redactada en un tono ameno, a modo de conferencias, que hace reflexionar al lector sobre el uso que se hace de las tecnologías, de los museos y de la propia experiencia del visitante. Es un recorrido por diversas prácticas de puesta en valor del patrimonio cultural y de cómo la tecnología puede ayudar a comprenderlo mejor, pero también nos invita a reflexionar sobre el propio uso de la tecnología. Es decir, que debemos hacer un empleo responsable y ético de lo digital.

Tras una muy completa presentación de la obra en el capítulo inicial, donde J. Pavón hace una recapitulación desde la reflexión de lo que pretende el libro, encontramos la primera contribución. Bajo el título de “El museo en la sociedad de la información” y firmada por M. Jover Fernando (pp.19-31), se plantea en primer lugar la pregunta de por qué existen los museos; esta cuestión deriva en otro interrogante, en por qué ha triunfado esta institución, siendo la curiosidad el factor motivador porque sacia al visitante con la información que se le da. Así, nos aporta una interesante definición del término “información” (p. 22): “[...] un grupo de datos ya supervisados, que han sido ordenados y que construyen un mensaje en torno a un ente, un bien, un objeto, un fenómeno [...]”, siendo la base del conocimiento. En la era digital, o era de la información, la reflexión y las experiencias cobran una mejor interpretación. El museo no sólo debe ofrecer formación, sino también experiencias, que son la base de la creación del conocimiento. La colección del Museo de Navarra está, en gran parte, consultable en línea en CER.ES pero el visitante adquiere un conocimiento menos completo que en la visita presencial. En la era digital vamos a lo rápido, a la búsqueda de información, esa que buscamos normalmente en la red (lo que

¹ El contrato es parte de la ayuda FJC2020-043923-I / MCIN / AEI / 10.13039/501100011033 y -79 por la Unión Europea “NextGenerationEU”/PRTR”.





en este caso sería el catálogo en red). Sin embargo, el visitante pierde esa otra experiencia: la visita presencial del museo. Sin duda se trata de una contribución que nos hace recapacitar acerca del lugar del museo en un momento en el que lo inmediato y lo rápido está cada vez más presente.

La segunda contribución, de R. Alonso Maturana, del Museo del Prado, lleva por título “Museos y metamuseos: el arte en la era de la reproductibilidad digital” (pp. 33-67) y es la aportación más extensa de todas. Este capítulo parte de la pregunta siguiente: ¿pierde el arte su capacidad evocadora, de misterio, en tiempos de la reproductibilidad digital, al poder reproducir y duplicar las obras sin fin? Esta es y ha sido durante años una cuestión muy debatida entre los expertos en arte y que supone realmente un reto para los espacios expositivos, ya que podemos ver casi cualquier obra de arte desde nuestro ordenador. En este capítulo se presenta un proyecto museístico cuyo objetivo era crear un espacio expositivo en internet que permitiese producir “una genuina experiencia sensorial y de conocimiento” (p. 34). Es decir, se continúa la línea de la contribución anterior de buscar la experiencia diferente para llegar al visitante. Se presenta el proyecto *Prado en la web*, una apuesta por la difusión en la red de las colecciones del museo. Con la colección en el centro, se enlazan todos los contenidos, permitiendo un grafo de conocimiento interrogable. El reto estaba en conseguir que la experiencia en la web fuera “bien distinta de la que produce la contemplación del cuadro en el museo” (p. 41). Lo característico del proyecto es, quizás, la interacción que realiza el usuario con la web, mediante consultas dentro de las propias obras, de la colección o de entradas enciclopédicas, lo que permite aumentar la interrogación del contenido. Es decir, el *Prado en la web* supone un cambio en la manera de presentar la web del museo a los visitantes. Esta transformación no fue posible sin una gran inversión tecnológica detrás, que el autor detalla y explica a lo largo de las páginas de su contribución, con la aplicación de los principios del *Linked Open Data Web* y del desarrollo de una experiencia

de inteligencia artificial simbólica como ejes centrales.

La obra continúa con la contribución de O. Sevillano Pintado, del Museo Reina Sofía, otro de los grandes centros museísticos españoles. En este capítulo (pp. 69-78), la autora, responsable de proyectos digitales del museo, explora varias propuestas digitales como el sitio web y la radio digital del museo, o el proyecto *Repensar Guernica*. Para el desarrollo de la web se usó *software libre* y el foco se centró en recuperar la memoria del museo, dejando de lado lo “efímero” para profundizar en los recuerdos y en la historia del centro. Uno de los aspectos más interesantes es la geolocalización de las itinerancias de las obras y de las exposiciones itinerantes a otros centros a lo largo de su historia en el museo. Por su parte, la radio digital permite difundir el presente del museo, con la participación de artistas y teóricos, con diferentes canales temáticos. Finalmente, se presenta *Repensar Guernica*, con la creación del documental de la obra y del *Gigapixel*. Uno de los retos digitales fue precisamente este último, al ser la obra de mayor tamaño digitalizada, logrando un gran detalle. Además, se ha empleado no solo como forma de difusión de la obra, sino como una manera de conocer los daños y alteraciones del cuadro.

Siguiendo con los centros de arte contemporáneo, el siguiente capítulo, de la mano de F. Sánchez Santiago, aborda el análisis de las actividades educativas del “Centro Botín: artes, emociones y creatividad” (pp. 79-88). Uno de los objetivos del centro, como deja patente la autora, es la estimulación de la creatividad en la sociedad, siendo una de las misiones sociales las “Artes, emociones y creatividad”. Se pone de relieve la importancia de las emociones en la toma de las decisiones, centrándose sus investigaciones en “conocer el papel de la emoción en el proceso creativo y en descubrir cómo gestionar mejor las emociones” (p. 85) para la resolución de problemas. En un mundo en el que lo efímero parece que es lo esencial, la introducción en el arte a través de actividades colaborativas, de diversa intensidad, mediante propuestas





artísticas diversas, como las de la programación del Centro Botín, permiten ir un paso más allá en la relación visitante-obra de arte. Esto invita a ir presencialmente al centro expositivo y no quedarse con la información de la web. Como vemos, se vuelve continuamente, a través de diferentes propuestas, a la idea de buscar la manera de que el visitante, a través de las experiencias, acuda presencialmente los museos y centros expositivos.

Las dos últimas contribuciones, presentan el Museo Virtual de Sefarad (pp. 89-95) del Instituto de Cultura y Sociedad de la Universidad de Navarra y el proyecto de digitalización y reproducción del patrimonio sacro medieval del valle de Arán (pp. 97-108), dos iniciativas de reciente creación. La primera, propuesta por A. K. Dulkska, centra su foco en la puesta en valor de forma creativa de la herencia cultural judía en Navarra para acercar dicho patrimonio a la sociedad. Se optó por la ejecución de un museo virtual por las ventajas que ofrece: accesibilidad (público global), visibilidad (a disposición en internet), flexibilidad (diseño dinámico), costes bajos (no requiere una sede física, lo que minimiza los gastos), medibilidad (seguimiento de visitas y descargas). Busca ser “un referente en la proyección social de las humanidades digitales” (p. 93). Se echa de menos en esta propuesta, el desarrollo completo de las posibilidades que tiene la web, que se plantean de manera muy sucinta. Finalmente, T. Rodés Sarrablo presenta otro proyecto de recuperación del patrimonio, en este caso, del patrimonio sacro medieval. En esa ocasión, se opta por la digitalización y reproducción de los objetos, reflexionando acerca del empleo de las “copias” en los proyectos expositivos, pues la propia pieza tiene una historia que no podemos observar ni palpar en las copias. Sin embargo, estas reproducciones virtuales permiten llegar a más público, recuperar piezas perdidas virtualmente e, incluso, exponerlas presencialmente mediante su impresión 3D. Lo digital, en este caso, se usa para poner en valor el patrimonio rural mediante reproducciones virtuales que permitan al visitante observar en sus lugares originales

piezas que están actualmente en otros museos.

Las seis contribuciones nos acercan a otra manera de concebir la puesta en valor del patrimonio cultural en la era digital. La obra, escrita de manera distendida, pero con la máxima seriedad, y siguiendo la propia estructura de un congreso, permite al lector reflexionar sobre cómo se aborda el patrimonio cultural, en concreto el depositado en los museos y centros expositivos, en la era digital. De esta manera, museos con una larga tradición, pero también proyectos expositivos más modestos y de reciente creación, están dando una vuelta a sus recursos y a sus páginas web para que los visitantes puedan tener experiencias diferentes tanto en presencial como en virtual. Cuestiones como la importancia de la reflexión, de la creatividad o de la experiencia, son recurrentes a lo largo de las páginas de la obra. En un mundo en el que lo digital y lo efímero están cada vez más presentes, son necesarios esos momentos de pausa, de reflexión.

Referencias

PAVÓN, J. (Coord.). *El patrimonio cultural en la era digital*. Roma: Aracne. 120 p.

