

Visibilidad online de los museos universitarios de arte: casos de buenas prácticas digitales en Estados Unidos

Web visibility of university art museums: cases of good digital practices in the United States

DAVID RUIZ TORRES

druiztorres@ugr.es

Profesor colaborador en el Programa de Posgrado en Artes. Universidade Federal do Espírito Santo (Brasil)

Recibido: 2 de junio de 2018 · Revisado: 9 de junio de 2018 · Aceptado: 22 de junio de 2018

Resumen

Las nuevas tecnologías digitales ofrecen a los profesionales de los museos nuevas formas de llevar la información sobre sus colecciones directamente a sus audiencias. A pesar de esto, lo cierto es que no existe una reciprocidad efectiva entre los análisis que se refieren a los usuarios y los recursos digitales que encontramos online. Esto se muestra aún más evidente en lo que se refiere a los museos universitarios de arte donde las funciones académicas y culturales conllevan unas responsabilidades si cabe mayores que el de otras instituciones museísticas civiles. Ante esta realidad acuciante, en este artículo pretendemos ilustrar la situación a partir de los museos universitarios de arte estadounidenses con el fin de destacar aquellos casos de buenas prácticas que, desde una mirada crítica y particular, consigan esclarecer algunas directrices para el desarrollo de contenidos digitales apropiados para dirigirse a un (ciber)público de carácter poliédrico.

Palabras clave: museos universitarios; arte; recursos digitales; museos online.

Topónimos: Estados Unidos

Periodo: Siglo 21.

Abstract

New digital technologies offer museum professionals new ways to bring information about their collections directly to their audiences. Despite this, the fact is that there is no effective correlation between analyzes relating to digital users and digital resources that we found online. This is even more evident when it comes to university art museums where the didactic and dissemination level entails greater responsibilities than other civil museum institutions. Faced with this reality, in this article we intend to illustrate the situation from the American university art museums in order to highlight those cases of good practices that, from a critical and particular perspective, manage to clarify some guidelines for the development of digital content appropriate to address a (cyber)public of polyhedral nature.

Keywords: university museum; art; digital sources; museum website;

Place Names: United States

Period: 21th Century.

CÓMO CITAR ESTE TRABAJO | HOW TO CITE THIS PAPER

RUIZ TORRES, D. (2018). Visibilidad online de los museos universitarios de arte: casos de buenas prácticas digitales en Estados Unidos. *Cuadernos de Arte de la Universidad de Granada*, 49: 33-51.

Recursos digitales en museos universitarios

Al referirnos a educación e investigación los museos universitarios constituyen una de las piezas fundamentales en el mundo de la museología presentando algunas características específicas que lo diferencian de otras tipologías. Una de éstas sería el carácter eminentemente pedagógico de sus colecciones derivado del contexto en el que se encuentran y que ha llevado a que se les denomine como “museos laboratorio” evidenciando esta labor esencial para la comunidad académica y los profesionales del sector.

Según las palabras de Sharon Corwin, directora del *Colby College Museum of Art* (Waterville - Maine) habría que pensar en el museo como un lugar de preguntas y no de respuestas, pues eso es lo que, positivamente, distingue a los museos universitarios de arte, un lugar con el potencial de un pensamiento crítico realmente radical no solo sobre los objetos, sino sobre los modos de exposición y otras cuestiones museológicas. De esta forma el modelo o el paradigma del laboratorio sería muy pertinente, porque es un lugar para experimentar, hacer preguntas y asumir posturas arriesgadas (Hammond et al., 2006: 23).

Específicamente, en el caso de los museos universitarios de arte, además de ser los lugares donde los estudiantes pueden experimentar con objetos y artefactos de primera mano, muy a menudo, también llenan un vacío cultural en las ciudades universitarias. Como bien recoge el artículo publicado en el diario norteamericano *The Atlantic Daily*, *Why Do Colleges Have So Much Art?* (Urist, 2016), los museos universitarios de arte se han revelado como uno de los destinos turísticos principales. Otra de las tendencias que se evidencia en este artículo es que han entrado en competición directa con otras tipologías de museos y, para ello, dedican grandes esfuerzos en conseguir afianzar una logo-marca eficiente que consiga atraer diversos tipos de público fuera del ámbito académico.

Si bien la naturaleza de los museos universitarios está en constante revisión, durante las últimas décadas encontramos algunos aspectos negativos que se repiten de la misma forma que en otras tipologías. Así, mientras que los estudios de público visitante de museos son cada vez más específicos, lo cierto es que los análisis que se refieren a los usuarios digitales no demuestran el mismo grado de profundidad e inversión.

La falta de datos sobre el uso de los recursos de los museos digitales debería ser una gran preocupación para los museos, ya que no comprender las necesidades de los usuarios significa que los profesionales de los museos no pueden saber si están posibilitando el acceso a los recursos del museo digital de una manera que satisfaga las necesidades de los diferentes tipos de usuarios.

Además, constatar esta situación nos lleva a considerar que de alguna forma se estaría relegando a un segundo plano uno de los medios fundamentales de difusión y actuación de los museos del siglo XXI y que es especialmente notorio en lo que se refiere a los museos universitarios ya que, como nos recuerdan Montero y García, “esto es

especialmente grave en la medida en que una gran parte de su público potencial son los estudiantes universitarios, que constituyen seguramente el sector de la población que más rápidamente asume las innovaciones tecnológicas” (2015: 389).

Por otra parte, algunos de los estudios recientes han demostrado que el interés del usuario está cada vez más en relación a tareas que tienen que ver con el conocimiento personal o investigador del mismo (Skov y Ingwersen, 2014). De esto se deduce que la web institucional no sólo se considera como una fuente promocional del museo para atraer nuevos visitantes, sino que se ha consolidado como una referencia de consulta y fuente informacional.

Estos recursos de información son utilizados por un gran número de usuarios que van desde los nuevos visitantes interesados en aprender más sobre las colecciones del museo, hasta investigadores de universidades distantes que buscan objetos específicos existentes en los fondos del museo. La amplia variedad de usos y usuarios de estos recursos digitales hace que sea necesario para los investigadores y profesionales en la materia explorar el uso de los mismos, tanto dentro de las salas como en su versión digital (Marty, 2008: 84).

Por lo tanto, la web del museo constituye actualmente un referente de consulta y fuente de conocimiento tanto para educadores como para investigadores, lo que demanda por parte de estas instituciones una labor intensiva y un plan de desarrollo de los contenidos que se ofrecen en la web más allá de la comunidad académica de forma que se consigan satisfacer las demandas de un usuario cada vez más exigente y, por otro lado, la correcta visibilidad de las obras y recursos informacionales de consulta.

Ante esta realidad acuciante, en este artículo pretendemos ilustrar la situación en los museos universitarios de arte estadounidenses con el fin de destacar aquellos casos de buenas prácticas que, desde una mirada crítica y particular, consigan esclarecer algunas directrices para el desarrollo de contenidos digitales apropiados para dirigirse a un (ciber)público de carácter poliédrico.

Los museos universitarios de arte a examen

No cabría duda de que el medio digital ofrece un gran potencial y representa una de las principales vías de comunicación entre el público actual y las colecciones de arte universitarias que se acentúan aún más dadas las características del entorno académico en el que se encuentra. Así, en el debate *Campus art museums in the 21st century: a conversation* los directores de destacados museos universitarios de arte estadounidenses, junto a otros expertos en la materia, se muestran conscientes de que los estudiantes universitarios actuales son “nativos digitales” que, acostumbrados al acceso sin precedentes que ofrece la tecnología, desean más autonomía y control sobre sus experiencias culturales (Shapiro et al., 2012, p. 10).

Considerando la importancia de los recursos digitales en los museos universitarios, este estudio se ha centrado específicamente en los museos de arte universitarios de

Estados Unidos con la intención de evidenciar algunos casos de buenas prácticas que actualmente encontramos disponibles en la web.

Según el proyecto *University Art Museums & Galleries in Virginia*¹, de las aproximadamente 4,400 facultades y universidades en los Estados Unidos, el número total de museos de arte y galerías en estas instituciones es de aproximadamente 680, de los cuales tan solo el 10% se encuentran acreditados en la *American Association of University Museums*. Por este motivo, dada la amplitud geográfica y el elevado número de museos universitarios de arte, se ha hecho necesario establecer un recorte para el cual se han considerado varios listados que han permitido determinar un número significativo de los mismos según criterios que han valorado la importancia de las colecciones, el sitio web, la presencia en Internet, o la innovación e integridad, entre otros factores distintivos. Estos listados han sido extraídos del mencionado proyecto *University Art Museums & Galleries in Virginia*, el artículo *The 35 Best College Art Museums* del portal *Best College Reviews*², y la entrada Museos universitarios de arte en el mundo publicada en el blog El Cultural³ del periódico El Mundo.

Por otro lado, para seleccionar los ítems que deberían ser considerados en cada museo y galería universitarios se tomaron como referencia los criterios escogidos para el estudio *Museum websites and museum visitors: digital museum resources and their use* (2008), de Paul F. Marty, que analizaba los recursos digitales que se ofrecen en la web y que en nuestro estudio se corresponden con: digitalización de objetos y bases de datos, visitas de galerías y exhibiciones interactivas en línea, actividades educativas y recursos pedagógicos, y, finalmente, archivos y materiales de investigación.

Digitalización de objetos y bases de datos

El acceso a copias digitales de las obras de un museo mediante los catálogos online y las bases de datos ha ofrecido a los usuarios nuevas formas de interactuar y manipular los recursos de información del museo. Así, uno de esos aspectos principales de los museos de arte actualmente es la digitalización de la colección, un proceso en el que las posibilidades del medio digital se convierten en perfectos aliados para la difusión y conocimiento de los objetos artísticos.

De entre los museos universitarios de arte estadounidenses considerados en este estudio, encontramos algunos casos excepcionales en los que se ofrece una imagen digital de calidad de las obras o, en su caso, la posibilidad de ampliarlas con una resolución de calidad como los *Harvard Art Museums*⁴ (Cambridge - Massachusetts). También podemos mencionar que existen ejemplos de museos que han recurrido al proyecto de *Google Art&Culture* (anteriormente *Google Art Project*) para aprovechar las tecnologías y

1 <https://sites.google.com/site/universityartmuseumsinvirginia/>

2 <https://www.bestcollegereviews.org/best-college-art-museums/>

3 <http://www.elcultural.com/blogs/y-tu-que-lo-veas/2016/01/museos-universitarios-de-arte-en-el-mundo/>

4 <https://www.harvardartmuseums.org/collections>

herramientas de esta empresa como el *Zimmerli Art Museum* (Rutgers University - New Jersey).

Por otra parte, en lo referente a las tareas de gestión e investigación principalmente, existe una tendencia creciente en la que los profesionales del museo ya no necesitan mantener una fuente de datos para uso interno (por ejemplo, empleados del museo) y una fuente de datos para uso externo (por ejemplo, visitantes del museo), sino que se proporciona a los usuarios en línea, un acceso instantáneo a recursos de información que representan los últimos conocimientos sobre las colecciones del museo (Marty, 2008: 84). En este sentido el medio digital ha posibilitado esta realidad al hacer disponibles la totalidad de los catálogos y bases de datos online sin ningún tipo de restricción. Esto se refleja en casos como el catálogo del *Williams College Museum of Art*⁵ (Williams College, Williamstown - Massachusetts) en el cual se ofrece la opción de descargar un fichero en formato PDF con todas las ficha catalográficas de las obras más importantes de la colección divididas por sección temática permitiendo exportar un archivo digital parcial del catálogo.

La importancia del medio digital para los catálogos y bases de datos de los museos universitarios nos lleva también a evidenciar su componente pedagógico potencial en el que se primaría el trabajo conjunto entre estudiantes y cuerpo docente académico. En este sentido, rescataremos las palabras pronunciadas por Katherine Hart, conservadora del *Hood Museum of Art*, en el debate *The Role of the University Art Museum and Gallery*, que visualizaba las ventajas este tipo de prácticas como “la posibilidad de crear un aula inteligente donde también podamos construir una base de datos digital específica de un objeto en particular o una serie de objetos [...] Combinar la enseñanza del objeto con las imágenes escaneadas de éste - sería la gran característica de la nueva era digital” (Hammond et al., 2006: 29).

En este sentido, el catálogo de los museos universitarios se convierte en una base de datos colaborativa que encuentra su mejor realización en el proyecto *Exchange*⁶ (fig. 1) del *University of Michigan Museum of Art* (Ann Arbor - Michigan), una plataforma con el catálogo digital de la colección donde los usuarios pueden crear, mezclar y compartir materiales didácticos desde sus computadoras personales u otros recursos de Internet, que entran a formar parte del propio catálogo del museo a partir de tres categorías: colecciones, recursos (artículos específicos, eventos, obras de arte) y multimedia. Lo más interesante es que son materiales recopilados, confeccionados y compartidos por la propia comunidad universitaria, fomentando así una práctica colaborativa que refuerza la función didáctica del catálogo digital.

5 <https://wcma.williams.edu/collection/>

6 <https://exchange.umma.umich.edu/>

U
M
M
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E
X
C
H
A
E

Collections Database
Five Colleges and Historic Deerfield Museum Consortium
Amherst College | Hampshire College | Historic Deerfield | Mount Holyoke College | Smith College | UMASS Amherst

Home | Advanced Search | Login/Create Group | Help

Keyword Search

Select the collection you would like to search and e
Examples: still life, Monet, graphite, Africa, Mad

Keyword searches are automatically inclusive, so v
that exist within the collection you have selected.
Example: ink returns results for cufflinks, drinking

All Museums
All Museums
Amherst College
Hampshire College
Historic Deerfield
Mount Holyoke College (Art Museum)
Mount Holyoke College (Skinner Museum)
Smith College
UMASS Amherst

sensitive.
of the variations



2. Collections Database - Five Colleges and Historic Deerfield Museum Consortium. Captura de pantalla

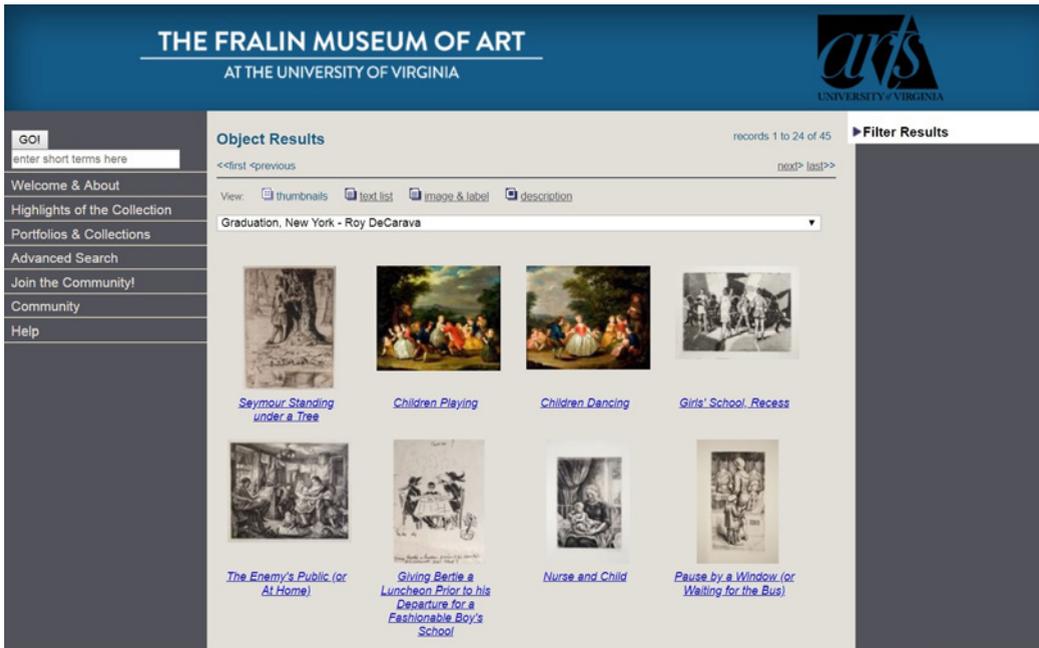
Visitas de galerías / exposiciones interactivas en línea

Cada vez son más las exposiciones virtuales que se encuentran vinculadas con las bases de datos y catálogos digitales online, otorgando una mayor visibilidad y conformando un historial de las diferentes muestras que acogió la institución. Esto ocurre en ejemplos destacados como en el *The Fralin Museum of Art*⁸ (University Of Virginia, Charlottesville - Virginia) (fig. 3), y el *Nasher Museum of Art*⁹ (Duke University, Durham - North Carolina), que presentan una base de datos de las exposiciones pasadas que permite realizar una búsqueda exhaustiva para recuperar información además de ofrecer varios recursos multimedia como archivos fotográficos que documentan la configuración de la sala de exposición, así como los eventos realizados durante la muestra, y una relación de las obras que componían la misma. También merece especial mención el *Saint Louis University Museum Of Art*¹⁰ (Saint Louis, Misuri), que presenta un histórico de las exposiciones temporales desde 2005, con una entrada que se acompaña desde una galería con imágenes de las obras, los materiales derivados como carteles o textos de divulgación en PDF, o diferentes links con informaciones relacionadas.

8 http://embark2.eservices.virginia.edu/IT_76?sid=53&x=1934&display=thu&x=1935

9 <https://nasher.duke.edu/exhibitions/>

10 <https://www.slu.edu/sluma-home/past-exhibitions>



3. Catálogo de exposiciones del *The Fralin Museum of Art*. Captura de pantalla

Aprovechando, así, las posibilidades hipertextuales del medio digital, nos encontraríamos con exposiciones virtuales más dinámicas e interactivas, permitiendo a los usuarios el acceso a recursos digitales e informaciones que representan los últimos conocimientos sobre las colecciones del museo y que son de interés tanto para la comunidad universitaria como para investigadores externos al campus (Besser, 1997 apud Marty, 2008: 84).

Es importante también destacar la presencia de exposiciones creadas exclusivamente online siendo uno de los recursos que podría favorecer la difusión de la colección y los textos curatoriales sin someterse a procesos de gestión ni a los grandes costes que representa la organización de una muestra tradicional. Esta modalidad está presente en algunos de los museos universitarios de arte estadounidenses como es el caso del *Snite Museum Of Art* (University Of Notre Dame, Notre Dame - Indiana), resultando especialmente relevante porque se ofrece a los alumnos del campus que se verían involucrados tempranamente en experiencias expositivas y curatoriales, como por ejemplo en la exposición online *American Ruins: Challenging Ideas of Progress*¹¹. Ésta era el resultado de un semestre de la asignatura de Estudios Americanos que contenía decenas de fotografías desde mediados del siglo XIX hasta la actualidad sobre “ruinas americanas” que procedían de la colección de fotografía del propio museo.

11 <https://sites.google.com/site/americanruinsnd/>

No simplemente hablaremos de exposiciones online, sino que las oportunidades de comisariado para los estudiantes de los campus universitarios estadounidenses también se materializan en experiencias frecuentes como parte esencial de los museos de arte. Así, en la web del *Frances Young Tang Teaching Museum and Art Gallery* (Skidmore College, Saratoga Springs - New York), aparece una sección¹² dedicada a las exposiciones comisariadas por alumnos de diferentes cursos y niveles que fueron protagonistas de las actividades propias de la gestación de una exposición. En esta sección se detallan las fichas técnicas de cada muestra, así como la labor de los estudiantes involucrados en el comisariado, junto a los textos específicos y una galería de imágenes de la misma dando una mayor visibilidad a través del medio digital. Por otra parte, esta iniciativa pretende ofrecer las directrices pertinentes para iniciarse como comisario de exposiciones, algo que está en relación a la concepción del museo universitario como laboratorio y lugar de experimentación.

De forma muy semejante *Art in Dialogue*¹³, es una doble propuesta, online e “in situ”, del *Pomona College Museum of Art* (Claremont, California), pretende que todos los estudiantes, los profesores o los miembros de toda la comunidad universitaria puedan proponer una obra de la colección que no pertenece a la exposición permanente para ser exhibida temporalmente en el vestíbulo del museo. La iniciativa pretende ofrecer una visión más amplia de las formas en las que el arte puede servir como contenido de otras muchas disciplinas, además de ofrecer la oportunidad de ver obras de arte que no se encuentran en las salas del museo.

Actividades educativas y recursos pedagógicos online

Al referirnos a educación los museos universitarios constituyen una de las piezas fundamentales en el mundo de la museología con algunas características específicas que lo diferencian de las otras tipologías. Una de ésta sería el carácter eminentemente pedagógico de sus colecciones derivado del contexto en el que se encuentran y que ha llevado a que se les mencione como “museos laboratorio” evidenciando esta labor esencial entre la educación, la experiencia y la investigación.

De forma específica, en lo que respecta a los museos universitarios de arte en Estados Unidos, la publicación *The campus art museum: A qualitative study* (2012) recoge en el Apéndice IV.C la importancia educativa del uso de las tecnologías digitales para los museos universitarios pues son instrumentos que favorecen el aprendizaje.

Por otro lado, en el mencionado debate *Campus art museums in the 21st century: a conversation*, se consideró que los museos de arte universitarios pueden utilizar las numerosas herramientas que ofrece el medio digital para fusionar los entornos formales e informales de aprendizaje, creando programas educativos más participativos, incluso ampliar su área de influencia a través de la Red (Shapiro et al., 2012, p. 16). Destacare-

12 <https://tang.skidmore.edu/exhibitions/category/1-student-curated>

13 <https://www.pomona.edu/museum/education/art-dialogue>

mos a este respecto el caso del *Michael C. Carlos Museum*¹⁴ (Emory University, Atlanta - Georgia) que ofrece en su web diferentes recursos digitales que invitan a la participación de los estudiantes del campus donde encontramos clases diseñadas que usan las colecciones del museo, cursos temáticos de verano, o blogs de investigación realizados por estudiantes.

De esta forma, el contexto universitario de estos museos posibilita que los estudiantes se encuentren integrados en algunas de sus actividades siendo partícipes de experiencias o proyectos narrativos como aplicaciones y videos didácticos que sirven para confeccionar los materiales educativos más allá de la simple publicación online de las colecciones del museo (Shapiro et al., 2012, p. 16).

Esta estrecha relación puede verse igualmente reflejada en el proyecto *Teach Visual*¹⁵, desarrollado por profesores y personal de tres museos y galerías universitarios estadounidenses (*De Pauw College, Oberlin College y The College of Wooster*). Éste consiste en crear un repositorio web conjunto y un portal en el que compartir las mejores prácticas educativas especialmente para el ámbito de la educación superior en humanidades. En estas prácticas se ponía especial énfasis en las obras de la colección al considerar que el papel fundamental de los museos y galerías universitarios de arte es enseñar a partir de los objetos reales que albergaban. En la web del proyecto podemos encontrar contribuciones que se centran en la enseñanza colaborativa y el aprendizaje para todos los cursos universitarios. Además se incluyen recursos didácticos tales como planes de estudio, programas de clase, actividades prácticas y otras herramientas pedagógicas que tienen siempre como protagonista las obras presentes en las diferentes colecciones.

Como mencionábamos anteriormente, el museo universitario ha conseguido expandirse a otros públicos fuera de la comunidad de estudiantes del campus como son los niveles educativos de primaria y secundaria y cada vez más se incluyen tanto la población local como las instituciones culturales locales en los diferentes programas educativos, lo que hace que los museos universitarios sean centros de avances sociales más amplios (Urist, 2016).

Esta realidad poliédrica ha llevado a que los programas educativos se encuentren separados en tres categorías de audiencias que son los públicos K-12¹⁶, los estudiantes del campus y las familias y particulares locales con el fin de combinar tanto la perspectiva académica como la educativa informal. Algo que también se refleja en su visibilidad digital a través de las webs de los museos universitarios de arte estadounidenses que han sido considerados para el presente texto.

Algunos casos de buenas prácticas que podrían destacarse a este respecto sería el *Allan Memorial Art Museum* (Oberlin College, Oberlin - Ohio) donde existen varios re-

14 <http://carlos.emory.edu/education>

15 <http://teachvisual.glca.org/>

16 La denominación K-12 se refiere a los cursos escolares de van desde preescolar al decimosegundo grado de enseñanza correspondiéndose asimismo con los niveles de educación primaria y secundaria. Es una denominación usada en países como Estados Unidos, Canadá o India, entre otros.

cursos online¹⁷ con visitas temáticas para el público K-12. Muchos de los materiales están organizados en función de las asignaturas de enseñanza primaria y secundaria (ciencias sociales, biología, matemáticas, artes, etc.), haciendo de la colección un objetivo tanto de los estudiantes de artes como de otras disciplinas del conocimiento. Estos materiales se encuentran disponibles online en PDF y tratan sobre artistas destacados, exposiciones temáticas pasadas, o recursos de arquitectura, todos ellos desarrollados por el departamento educativo del propio museo. Además, estos recursos se hacen extensibles a familias que también tienen la posibilidad de acceder a todos estos materiales que se encuentran en la web con la información necesaria para realizar una visita temática personalizada a la colección.

La importancia de diversificar los recursos pedagógicos digitales que se ofrecen en los museos universitarios es vital para extender su área de divulgación más allá del ámbito académico del campus siendo el público perteneciente al K-12 uno de los objetivos principales para los museos universitarios de arte. Aquí sería importante destacar el caso del *Michael C. Carlos Museum* (Emory University, Atlanta - Georgia), que nos presenta un interesante recurso online llamado ODYSSEY¹⁸, un portal web que recoge todas las civilizaciones del mundo antiguo (incluyendo África y la América pre-colombina), que ofrece contenidos interactivos pensados especialmente para este tipo de público juvenil como por ejemplo animaciones, informaciones multimedia, podcast, juegos online, etc., que tienen como base las obras del museo. De forma similar, el *Indiana University Art Museum* (Bloomington - Indiana) también ha desarrollado algunos recursos digitales específicos para el público K-12 en su sección *Interact*, donde destacan varias web temáticas destinadas a profundizar sobre aspectos de las obras del museo mediante un lenguaje adaptado al público de niveles escolares de educación primaria. Destacaremos especialmente aquí las webs *Learning to Look*¹⁹ y *An Introduction To A Museum*²⁰ (fig. 4) donde encontramos contenidos multimedia y sobre todo recursos interactivos para favorecer el aprendizaje mediante la fórmula “*edutainment*”.

La importancia que tienen las visitas de familias que buscan encontrar en las intermediaciones del museo una serie de oportunidades para el aprendizaje de los más pequeños de la casa a través de sus colecciones se extiende también en el ámbito digital. Específicamente el programa educativo KIDS + FAMILIES²¹ del *Harn Museum of Art* (University Of Florida, Gainesville - Florida), tiene algunas actividades pensadas especialmente para el público infantil con guías temáticas y una variada programación de actividades permanentes. Destaca la presencia de materiales didácticos en PDF para descargar como son los dibujos para colorear que reproducen obras de la colección junto a un dossier explicativo de las mismas. También son importantes las guías docentes²²

17 <http://www2.oberlin.edu/amam/k12.html>

18 <http://carlos.emory.edu/hdocs/ODYSSEY/>

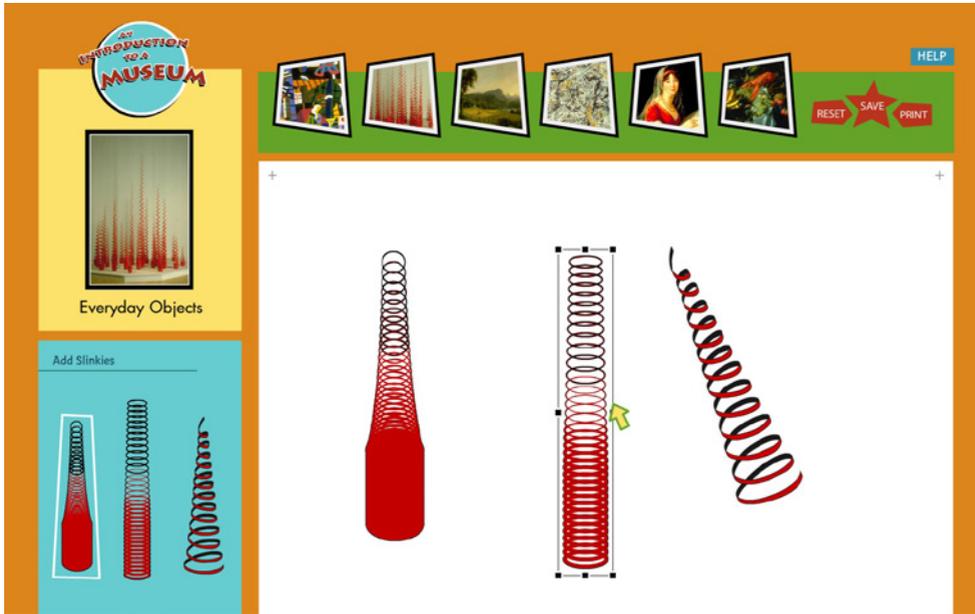
19 http://www.indiana.edu/~iuam/online_modules/learning_to_look/index.htm

20 http://www.indiana.edu/~iuam/online_modules/museum_introduction/

21 <http://www.harn.ufl.edu/kids-families>

22 <http://www.harn.ufl.edu/k-12>

que se ofrecen para los cursos de enseñanza primaria y secundaria (mediante archivos PDF que pueden descargarse de la propia web), abordando temáticas interdisciplinares en función de las asignaturas impartidas que tienen como objetivo conocer las piezas de la colección.



4. *An Introduction To A Museum* - Indiana University Art Museum. Captura de pantalla

Algunos de los recursos digitales educativos para estos públicos escolares y familiar que se ofrecen en los museos universitarios no están destinados a preparar la visita sino que están destinados al momento posterior a la visita en el que se pueden ampliar en Internet las informaciones adquiridas en las actividades realizadas en el museo.

Es el caso de la actividad *Classroom Collection*²³ (fig. 5) ideada por el *Spencer Museum of Art* (University of Kansas, Lawrence - Kansas), una serie de tarjetas postales (agrupadas en cuatro volúmenes), con las obras del museo con las que los visitantes interactúan durante la actividad *Spencer Youth & Family*. Las diferentes tarjetas presentan un código secreto que los pequeños coleccionistas pueden usar para obtener más información sobre la obra de arte en un sitio web específico así como informaciones multimedia.

Finalmente, encontramos otro tipo de recursos digitales pedagógicos para realizar la visita a través de la app oficial del museo que se han revelado como una de las propuestas educativas más frecuentes durante las últimas dos décadas gracias a la proliferación de teléfono móviles. Estas app ofrecen tours personalizados por las salas del museo, informaciones sobre las exposiciones temporales que tienen lugar en el mismo y contenidos multimedia para ampliar conocimientos sobre las obras de la colección.

²³ <https://spencerart.ku.edu/resources-k-12>

Ejemplo de museos universitarios que han desarrollado una app específica es el *Snite Museum of Art* (University of Notre Dame, Notre Dame - Indiana)²⁴, con una aplicación basada en códigos QR que se hallan ubicados junto a las obras más destacadas de la exposición permanente.

SPENCER
MUSEUM of ART
The University of Kansas

Art Learn Visit Events Support About



Collection Cards



5. Classroom Collection - Spencer Museum of Art. Captura de pantalla

Archivos y materiales de investigación en línea

El contexto privilegiado en el cual se encuentran los museos universitarios permite que éstos convivan en estrecha relación con el conocimiento e investigaciones académicas, algo que ha sido considerado como una oportunidad sin igual y que ha sabido aprovechar la revolución digital en la que nos encontramos inmersos para mostrar esta faceta tan peculiar.

Así, como ya se mencionaba en el comienzo de este texto, el creciente interés por parte de los investigadores en los museos universitarios demanda una serie de propuestas en el ámbito digital por parte de la institución con la finalidad de ofrecer recursos precisos para atender las necesidades de estos usuarios como profesionales del sector interesados en aprender más sobre las colecciones del museo, o como investigadores académicos de universidades distantes que buscan objetos particulares en las propiedades del museo.

Destacando el trabajo interdisciplinar tan presentes en la labor investigadora conviene señalar la propuesta *Digital Commons*²⁵, un repositorio para la investigación de

²⁴ <http://sniteartmuseum.nd.edu/learn/mobile-app/>

²⁵ <https://digitalcommons.colby.edu/ccma/>

estudiantes y docentes sobre la colección en el *Colby College Museum of Art*. Los textos escritos junto con el trabajo del curso, los proyectos de investigación y las tesis principales estarán disponibles para todos los usuarios en este sitio. Estos textos pueden enfocarse en la historia y análisis de objetos específicos, y también proporcionar una visión general conceptual de las exposiciones y las instalaciones de las galerías.



6. Proyecto digital *Pink Art* - *Williams College Museum Of Art*. Captura de pantalla

Haciendo buen uso de las prácticas colaborativas en humanidades digitales el *WCMA's Mellon Digital Project*²⁶ potencializó el uso de las colecciones del *Williams College Museum Of Art* (Williamstown - Massachusetts) creando una base de datos de libre acceso para toda la comunidad. Este recurso abierto y accesible se hospedó en la plataforma colaborativa *GitHub*²⁷ que alberga los metadatos e imágenes del catálogo de la colección para promover estudios estadísticos, de ciencias de la computación y de visualización de datos. Hasta la fecha esta base de datos ha sido una fuente primaria para proyectos en humanidades digitales como por ejemplo la creación de un prototipo de visualización de datos interactivo que mostraba el historial de cada una de las obras del museo consiguiendo tener una visión de conjunto de los cambios producidos en la colección, o destacar aquellas obras que habían sido expuestas con más frecuencia. O por ejemplo el proyecto *Pink Art* en el que se visualizaba la colección en función del color y no del número de inventario de las obras (fig. 6). En este caso, el departamento de Ciencias de la Computación desarrolló algoritmos que clasificaron las imágenes de la colección

26 <https://wcma.williams.edu/wcma-digital-project/>

27 <https://github.com/wcmaart/collection>

por la etiqueta “pinkness” (un color que fue definido por crowdsourcing). De esta forma los conservadores e investigadores obtuvieron un nuevo enfoque de la colección para organizar futuras selecciones de las obras utilizando estas perspectivas algorítmicas.

Por otra parte, y refiriéndonos a la visibilidad investigadora de los museos universitarios en el medio digital, las publicaciones constituyen una de las fuentes imprescindibles dentro de los recursos para profesionales e investigadores, ya que éstas son el resultado de las interrelaciones de la comunidad académica con las colecciones de los museos. A pesar de que la mayoría de las publicaciones que surgen en los museos son parte de las ventas online, lo cierto es que cada vez estos recursos son liberados y compartidos para todos los usuarios.

Así, el *Hood Museum of Art* (Dartmouth College, Hanover - Nuevo Hampshire), presenta un ambicioso programa de publicaciones disponibles en PDF²⁸ (fig. 7), que abarca desde estudios de las colecciones desde diferentes áreas, a los catálogos de exposiciones itinerantes junto con numerosos folletos y guías de sala. También destacaremos especialmente el repositorio digital del *Bowdoin College Museum of Art* (Brunswick - Maine) que contiene todos los catálogos publicados por el museo desde el siglo XIX tanto para leer online como para descargar²⁹, ofreciendo una importante fuente de consulta para estudios pormenorizados sobre la colección.

7. Sección de publicaciones online - Hood Museum of Art. Captura de pantalla

Asimismo encontramos otros instrumentos que son de importancia para investigadores y que se encuentran relacionados con los archivos multimedia que forman una parte importante de los contenidos digitales que podemos encontrar en la web. Entre

28 <https://hoodmuseum.dartmouth.edu/explore/print-archive>

29 <https://digitalcommons.bowdoin.edu/art-museum-collection-catalogs/>

estos sobresalen los archivos Podcast que pueden ofrecer entrevistas temáticas al director del museo³⁰, relatos de experiencias por los conservadores de varios departamentos, u otros en los que los protagonistas son los propios artistas de algunas de las obras que forman parte de la colección³¹.

Los recursos multimedia de estos museos universitarios también contemplan el formato audiovisual que son el medio escogido para registrar y divulgar los eventos académicos realizados en torno a las colecciones artísticas. En éstos se encuentran disponibles todas las conferencias que tienen lugar en el museo y que recogen los estudios de varios investigadores, así como de artistas que se encuentran intrínsecamente relacionados con la colección^{32 33}.

The screenshot shows the website for the Michael C. Carlos Museum. The navigation bar includes links for ABOUT, VISIT, EXHIBITIONS, COLLECTIONS, EDUCATION, CONSERVATION (highlighted), and GET INVOLVED. Below the navigation bar, there is a section titled "Using 3-D Prototyping as an Intermediary in the Reconstruction of Ancient Pottery". This section includes a small image of a ceramic plate, a text description of the project, and a video player. The video player shows a slide with the title "Reconstructing an Ancient Ceramic Plate Using 3-D Prototyping". To the right of the main content, there is a vertical menu with various categories such as Greek & Roman, Egyptian/ANE, Art of the Americas, African, Science of Art, Works On Paper, About, Visit, Exhibitions, Collections, Education, Conservation, What is conservation?, Conservation at the Carlos, Case Studies, Opportunities, Resources, Get Involved, and Conservation Home.

8. *Conservation Lab - Michael C. Carlos Museum*. Captura de pantalla

30 <https://www.chazen.wisc.edu/about/multimedia-center/podcasts/>

31 https://nasher.duke.edu/stories/?story_type=podcast

32 <http://www.bowdoin.edu/art-museum/video/index.shtml>

33 https://nasher.duke.edu/stories/?story_type=video

También sería pertinente destacar en relación a esta visibilidad de las tareas investigadoras que se realizan en los museos universitarios de arte, las actividades que tienen que ver con la conservación y la restauración de las piezas. Aquí podemos destacar como un caso de buenas prácticas el *Allan Memorial Art Museum* (Oberlin College, Oberlin - Ohio), que dentro de colecciones presenta la sección *Conservation and Care of Collections*³⁴ en la que se exhiben las labores de restauración de las obras junto con breves informes del proceso. Igualmente es importante mencionar el *Conservation Lab*³⁵ (fig. 8) encargado de las acciones de conservación y restauración de las colecciones del *Michael C. Carlos Museum* (Emory University, Atlanta - Georgia). En esta sección se ofrece información de gran relevancia sobre las tareas de investigación realizadas en el laboratorio que se muestra mediante la presentación de varios casos de estudio y recursos online sobre la atención preventiva, el tratamiento y la investigación sobre diversos materiales. Junto a los resúmenes de los proyectos de conservación encontramos vídeos que ilustran los procesos llevados a cabo en el laboratorio (entre los que encontramos técnicas vanguardistas como el prototipado de objetos 3D), e incluso presentaciones académicas disponibles para todos los usuarios.

Consideraciones finales

A partir de los casos de buenas prácticas presentados en este artículo, se podría constatar que las posibilidades del medio digital para los museos universitarios de arte estadounidenses ofrecen una amplia gama de soluciones que benefician tanto a la comunidad académica y local como a los profesionales del sector e investigadores que se aproximan a las colecciones a través de la Red.

A pesar de que las soluciones digitales practicadas por los diferentes museos aquí mostrados son ejemplos modélicos y responden al ideal de visibilidad digital que se pretendía, lo cierto es que se trata de casos que resultan meramente ilustrativos y que no representan la situación real de esta tipología de museos, sino que se corresponden con excepciones o casos modélicos que podrían servir como germen de prácticas similares.

Así, aunque se han tomado en consideración diferentes listados de museos universitarios de arte en Estados Unidos que fueron realizados en función de criterios de notabilidad, cuando se analiza cualitativamente la visibilidad digital de los mismos, apenas una veintena de éstos han sido objeto meritorio de ser destacados en este artículo, lo cual nos demostraría que aún continuamos con grandes carencias en el ámbito digital incluso en aquellas instituciones bien posicionadas en sus características físicas.

Esto no es nada nuevo sino que únicamente confirma lo que ya fue detectado por diversos autores y profesionales, y que se corresponde con la inexistencia total de una política digital imbricada y comprometida con toda la organización y gestión museística.

34 <http://www2.oberlin.edu/amam/ConservationProjects1.htm>

35 <http://carlos.emory.edu/conservation/case-studie>

Ciertamente han sido varios los estudios y ensayos prácticos que se han realizado en las últimas dos décadas para analizar la naturaleza de los usuarios que visitan las web de museos y que tienen un interés claro en los recursos digitales que se les ofrecen. Pero en vista a los pocos casos satisfactorios encontrados en los museos universitarios de arte estadounidenses (de los cuales incidiremos en el *Colby College Museum of Art*, el *Spencer Museum of Art* y el *Nasher Museum of Art*), se puede constatar que realmente no existe una interrelación efectiva entre estos estudios de público y los recursos digitales ofrecidos para los usuarios de la Red.

Este aspecto negativo presenta un mayor impacto en lo que respecta a los museos universitarios ya que el nivel didáctico y de difusión conlleva unas responsabilidades si cabe mayores que el de las instituciones museísticas civiles. Por esta razón, los museos universitarios de arte deberían ser conscientes de esta realidad y actuar en consecuencia con iniciativas digitales eficientes y duraderas.

Por último, algunos de los casos de buenas prácticas han estado relacionados con experiencias colaborativas como la creación de una base de datos conjunta con los catálogos digitales de los museos de arte estadounidenses, o la creación de una plataforma colaborativa de recursos educativos de los diferentes departamentos de los museos universitarios de arte, pero aun así reflejan ejemplos muy parciales y de poca amplitud institucional federal.

No sería arriesgado considerar que la realidad de los museos universitarios de arte en Estados Unidos no sería muy diferente de los restantes casos en países occidentales, pues las publicaciones académicas y debates sobre la cuestión digital así lo confirman, por lo que se constataría que las teorías sobre los beneficios de lo digital para el ámbito artístico y cultural que existían a inicios de este siglo XXI aún forman parte de un elenco de ideas utópicas cuya materialización tiene un largo camino que recorrer en la medida que la virtualización de nuestra sociedad sea efectiva de forma más evidente para las futuras generaciones de usuarios.

Referencias bibliográficas

- Glesne, C. (2012). *The campus art museum: A qualitative study*. New York: Samuel H. Kress Foundation. Disponible en: http://www.kressfoundation.org/uploadedFiles/Sponsored_Research/Research/Glesne_Complete.pdf [Consultada el 23-05-2018].
- Hammond, A., Berry, I., Conkelton, S., Corwin, S., Franks, P., Hart, K., y Stomberg, J. (2006). The role of the university art museum and gallery. *Art Journal*, 65(3), 20-39.
- Marty, P. F. (2008). Museum websites and museum visitors: digital museum resources and their use. *Museum Management and Curatorship*, 23(1), 81-99.
- Shapiro, T., Linett, P., Farrell, B., y Anderson, W. (2012). *Campus art museums in the 21st century: A conversation*. Chicago: Cultural Policy Center at the University of Chicago.

Disponible en: http://culturalpolicy.uchicago.edu/sites/culturalpolicy.uchicago.edu/files/campusartmuseumsreport_0.pdf [Consultada el 12-05-2018].

Skov, M., e Ingwersen, P. (2014). Museum Web search behavior of special interest visitors. *Library & Information Science Research*, 36(2), 91-98.

Urist, J. (2016). Why Do Colleges Have So Much Art?. *The Important Role of Art Museums on College Campuses - The Atlantic*. Disponible en: <https://www.theatlantic.com/education/archive/2016/11/why-do-colleges-have-so-much-art/506039/> [Consultada el 27-05-2018].

Vilar, P. M., y García Morales, L. (2015). Los museos universitarios en la era de internet. Lo digital, nuestra dimensión. En R. D. Rivera Rivera y I. García Fernández (coords.), *Congreso Internacional de Museos Universitarios. Los Museos y Colecciones Universitarias: Tradición y Futuro* (pp. 389-394). Madrid: Universidad Complutense. Disponible en: <http://eprints.ucm.es/37851/1/LibroActasCIMU2014web.pdf#page=389> [Consultada el 10-05-2018].