

MUSEO VIRTUAL DE ARTES Y OFICIOS

**Creación de un ciberespacio cultural de gestión, promoción y difusión para las artes y
oficios en Colombia**

GLORIA DANIELA ALFONSO DURÁN
ESTEBAN CALDERÓN HERNÁNDEZ



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

**ESCUELA DE CIENCIAS HUMANAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA Y GESTIÓN CULTURAL
BOGOTÁ, NOVIEMBRE DE 2010**

MUSEO VIRTUAL DE ARTES Y OFICIOS

**Creación de un ciberespacio cultural de gestión, promoción y difusión para las artes y
oficios en Colombia**

Trabajo de grado
como requisito para optar al título de
Especialista en gerencia y gestión cultural en la
Escuela de Ciencias Humanas
Universidad del Rosario

Tutor:
RAÚL NIÑO BERNAL

Presentado por
GLORIA DANIELA ALFONSO DURÁN
ESTEBAN CALDERÓN HERNÁNDEZ



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

BOGOTÁ, 2010

TABLA DE CONTENIDO

Resumen Ejecutivo.....	5
Presentación.....	7
1. Problema	8
2. Objetivo general	9
3. Objetivos específicos	9
4. Justificación	9
5. Marco teórico.....	10
6. Metodología	20
6.1. Marco Metodológico.....	20
6.2. Líneas de acción.....	27
6.3. Estrategias de gestión	29
6.3.1. Planeación estratégica.....	29
6.3.2. Actividades del diseño de la página web	31
6.3.2.1. Dominios	31
6.3.2.2. Hosting	32
6.3.2.3. Plataforma	32
6.3.2.4. Sitio Web.....	32
6.3.2.5. Promoción del sitio web.....	33
6.3.2.6. Contenido.....	35
7. Servicios	36
8. Marco conceptual	36
8.1. Patrimonio Cultural de la Nación.....	36
8.2. Patrimonio Cultural inmaterial	37
8.3. Museo.....	37
8.4 Patrimonio Cultural.....	37
9. Marco institucional	39
9.1. Sistema Nacional de Cultura	39
9.2. Consejo Nacional de Cultura.....	39
9.3. Sistema Distrital de Cultura.....	39

10. Marco legislativo	39
10.1. Constitución Política de Colombia 1991.....	39
10.2. Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura)	40
10.3. Ley 1185 de 2008.....	41
10.4. Decreto 1313 de 2008.....	42
10.5 Decreto 763 de 2009.....	42
10.6. Decreto 2941 de 2009.....	42
10.6.Instrumentos normativos internacionales vigentes en Colombia	43
10.8. Inlinnig	44
10.9. Framing	45
10.10. Linking	46
11. Plan de evaluación y seguimiento.....	47
12. Presupuesto General del proyecto	48
13. Bibliografía	52
14. Índice de Gráficas.....	54

Resumen Ejecutivo

1. TITULO:	Museo Virtual de Artes y Oficios. Creación de un ciberespacio cultural de gestión, promoción y difusión para las artes y oficios en Colombia.
2. DESCRIPCIÓN:	<p>El proyecto surge de la necesidad de reconocer y dignificar las diferentes artes y oficios que hacen parte de la cultura, la tradición y el saber de diferentes comunidades y pueblos colombianos. Así, se propone el diseño de un museo virtual que haga visible todas estas expresiones artísticas que tienen un valor simbólico representado en su trabajo.</p> <p>El museo pretende ser un pilar en la gestión del conocimiento alrededor de las artes y los oficios, en el desarrollo de contenidos interactivos y en la promoción del intercambio de información viva generando patrones cognitivos distintos alrededor del patrimonio y de lo museable.</p>
3. RESPONSABLES DEL PROYECTO:	Gloria Daniela Alfonso Durán Esteban Calderón Hernández
4. OBJETIVO GENERAL	Promover el reconocimiento de la tradición de las artes y oficios y el desarrollo de patrones culturales ligados a estas en Colombia.
5. JUSTIFICACIÓN	<p>El museo recopila, preserva y hace difusión del patrimonio cultural; promueve el reconocimiento y el respeto por la diversidad; contribuye a la promoción del talento nacional; a la democratización del acceso a los bienes y servicios culturales, y aporta de manera permanente y significativa a la renovación de la sociedad, siendo un agente de transformación de la percepción del país.</p> <p>Las artes y los oficios, representan un conocimiento invaluable que pertenece al patrimonio cultural tangible e intangible</p>

	<p>de la historia y memoria colectiva colombiana.</p> <p>Así, el museo virtual es pertinente en la medida en que representa un espacio accesible y participativo para generar conocimiento y cambio en torno a las artes y los oficios. Por un lado, generando procesos de promoción, difusión y gestión y por el otro generando procesos que garanticen su desarrollo en espacios no virtuales.</p>
6. BENEFICIARIOS	<ul style="list-style-type: none"> *Comunidad de artesanos *Maestros de oficios *Artistas *Escuelas de formación
7. POSIBLES COOPERANTES DEL PROYECTO/ FORMAS DE FINANCIAMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> *Pautas Publicitarias *Sponsor *Patrocinio
8. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROYECTO:	<p>Ciberespacio</p> <p>Contenidos sobre Colombia.</p>
9. DURACIÓN DEL PROYECTO:	<p>12 meses.</p>
10. IMPACTO Y ALCANCE DEL PROYECTO:	<p>Es una propuesta virtual novedosa en la promoción, percepción y divulgación de las artes y oficios y de los conocimientos culturales ligados a estos.</p>

Presentación

El proyecto *Museo Virtual de Artes y Oficios: Creación de un ciberespacio cultural de gestión, promoción y difusión para las artes y oficios en Colombia* realizado por Gloria Daniela Alfonso, antropóloga de la Universidad de los Andes y Esteban Hernández Calderón, licenciado en español y literatura de la Universidad del Cauca, surge a partir de la necesidad de reconocer y dignificar las diferentes artes y oficios que hacen parte de la cultura, la tradición y el saber de diferentes comunidades y pueblos colombianos. Emerge del interés por conocer todas aquellas prácticas artesanales que hacen parte de nuestro patrimonio cultural inmaterial y de todo el contexto sociocultural que lo acompaña.

Así, se propone el diseño de un museo virtual; un ciberespacio cultural que haga visible todas estas expresiones artísticas que tienen un valor simbólico representado en su trabajo y que permita el intercambio de saberes y gestión de conocimiento alrededor de los patrones culturales ligados a estas. Este museo virtual pretende ser un pilar en la promoción, difusión y gestión de las artes y oficios colombianos, un espacio que muestre a toda la comunidad la pertinencia y relevancia de su preservación y un generador de procesos que garanticen la continuación de las habilidades asociadas a éstas.

Sus líneas de acción se plantean alrededor de tres ejes fundamentales establecidos en la definición de museo propuesta por el Consejo Internacional de Museos ICOM: *estudio, educación y deleite*. A pesar de esto, se presenta como una propuesta innovadora de dispositivo museográfico utilizando nuevas tecnologías que hagan presencia en el diverso escenario de propuestas expositivas. Es por esta razón que el proyecto, respondiendo a la celeridad y complejidad de los cambios que se están produciendo en la cultura contemporánea y retomando los aportes de la nueva museología, tiene como objetivo desarrollar la capacidad creativa de todos los integrantes de la comunidad que han de implicarse activamente con el cuidado y ejercicio de apropiación de las artes y los oficios a través de la dinámica virtual, haciendo del público un protagonista en la labor de conservación del patrimonio. Este proyecto beneficiará a la comunidad de artesanos y

maestros de oficios, artistas, a las escuelas de formación, y a la comunidad en general que se conecte a esta red de libre escala.

En este contexto y panorama, es en el que se desarrolla la idea del Museo Virtual de Artes y Oficios, como una propuesta que juega con la idea de nueva museología y que formula el museo en una red virtual que promueva la reflexión sobre el significado de los objetos que se mueven más allá del museo imaginario. Se presenta como un reto sobre las dimensiones de lo museable, la relevancia de cómo es preciso conservar la memoria en su doble dimensión, material e inmaterial, tangible e intangible.

1. Problema

Tras una revisión panorámica de la oferta de propuestas virtuales en los campos de las artes y oficios, se encontró que el mundo virtual de los medios tecnológicos es una oportunidad global para los cambios de percepción y divulgación de conocimientos culturales ligados a las artes y oficios. Sin embargo, no hay suficientes iniciativas que promuevan el reconocimiento de éstas y hace falta un mayor número de propuestas museográficas interesantes que generen nodos de redes cambiantes hacia la complejidad cultural de nuestro país en el tema de las artes, las tradiciones y costumbres asociadas a éstas.

Como artes y oficios entendemos todas aquellas actividades que comportan un trabajo manual de carácter artesanal y que como resultado producen una serie de piezas únicas por su dispendiosa y cuidadosa elaboración y uso de técnicas ligadas a una tradición. Con el fin de delimitar los contenidos del museo virtual en una fase inicial en su objetivo de reconocer las artes y oficios, se consideran como principales líneas los oficios relacionados con:

- El cuero
- La platería
- La madera
- Fibras naturales

El elemento diferenciador del Museo Virtual de Artes y Oficios, es que más allá de la simple exposición de piezas, exhibe y dinamiza el trasfondo que representa su realización, desde la documentación de las técnicas empleadas, hasta las prácticas culturales asociadas a estas.

La documentación de las técnicas comprende tanto el proceso artesanal en una producción moderada como el proceso artístico en la realización de una obra o pieza única.

2. Objetivo general

Promover el reconocimiento de la tradición de las artes y oficios y el desarrollo de patrones culturales ligados a éstas en Colombia a través de un ciberespacio cultural.

3. Objetivos específicos

- Desarrollar la propuesta del *Museo Virtual de Artes y Oficios*, con el fin de aportar al conocimiento y promoción de las mismas.
- Diseñar las líneas de acción y planeación estratégica del *Museo Virtual de las Artes y Oficios*.
- Diseñar e implementar los recursos interactivos del museo virtual con base en aplicaciones computacionales en el ámbito de lo heurístico.

4. Justificación

Los museos desempeñan un activo y múltiple papel en la sociedad. Es por esto que es necesario generar estrategias museográficas que reconozcan y se adapten a la complejidad y celeridad de los cambios que se producen en nuestra sociedad y que respondan a las necesidades de las nuevas generaciones. Así, es pertinente desarrollar innovaciones y redes de conocimiento que generen una masa crítica en temas relativos a las artes y oficios de nuestro país.

Es fundamental desarrollar herramientas que preserven la memoria colectiva, en este caso sobre las prácticas relacionadas con las artes y oficios tradicionales y las nuevas prácticas que emergen con los diversos movimientos, adaptaciones y cambios. Se espera con esto desarrollar un complejo de nodos de redes que promuevan la infodiversidad, el reconocimiento de la multiculturalidad expansiva, la difusión del patrimonio cultural, la promoción del talento nacional, la democratización del acceso a los bienes y servicios

culturales y el aporte de manera permanente y significativo a la renovación de la sociedad, siendo un agente de transformación en la percepción de país.

Las artes y los oficios, representan un conocimiento invaluable que pertenece al patrimonio cultural tangible e intangible de la historia y memoria colectiva colombiana. Dicho conocimiento se encuentra reflejado en piezas artesanales únicas, técnicas, oficios, prácticas cotidianas, imaginarios, tradiciones y costumbres que vale la pena mostrar como parte de nuestra sociedad, de nuestra identidad y de nuestra riqueza cultural, no para ser exhibidas en el museo como algo estático sino como algo dinámico y constante. El museo virtual es pertinente en la medida en que representa un espacio accesible y participativo para generar conocimiento y cambio en torno a las artes y los oficios. Por un lado, generando la preservación de un valioso conocimiento tradicional, y por el otro generando procesos que garanticen la promoción de éste conocimiento tradicional y su continuación.

Este proyecto pretende poner sobre la mesa reflexiones profundas del comportamiento humano ante el fenómeno de las nuevas tecnologías aplicadas a la creación artística y al acceso al patrimonio cultural.

5. Marco Teórico

El museo ha sido a lo largo de la historia un espacio de preservación y conservación de piezas u objetos claves que dan testimonio de la realidad existente y de una serie de valores simbólicos determinados por la cultura de las diferentes sociedades enmarcadas en momentos históricos particulares. Nacen de la idea decimonónica de conservar, custodiar y de preservar la memoria, de tener un pretexto para un diálogo constante entre el presente y el pasado y de mantener la identidad de los pueblos.

El museo ha evolucionando y se ha transformado conforme a los cambios de la sociedad, a la necesidad de llegar a nuevos públicos, de entender nuevas corrientes teóricas y de enfrentarse a las nuevas tecnologías. Sin embargo, a nivel mundial, el museo se define y

está supeditado a una normatividad internacional que promueve su desarrollo y gestión aún en un marco algo tradicional.

De acuerdo con el Consejo Internacional de Museos -ICOM, un museo es *“una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, y abierta al público, la cual adquiere, conserva, investiga, comunica y exhibe el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y de su medio ambiente, con fines de estudio, educación y deleite”*¹. Esta organización internacional se ha encargado de direccionar la conservación, mantenimiento y comunicación del patrimonio natural y cultural del mundo, presente y futuro, tangible e intangible.

Empero, es necesario cuestionarse si las definiciones y esquemas ofrecidas por el ICOM, son válidas para el surgimiento de diferentes tipos de museos con características estructurales heterogéneos, a propuestas que desafían los planteamientos tradicionales y llevan a pensar en el abanico de posibilidades que se abren con los vertiginosos cambios que impone la tecnología y los nuevos sistemas de información.

Como marco teórico se plantea la propuesta de la nueva museología siguiendo su llamado al cambio y por ende a la reflexión de todos los museos contemporáneos. Esta nueva museología busca una ruptura estricta con el modelo de museo tradicional para sustituirlo por algo completamente diferente, que fuera más allá de la mera adecuación museográfica, tomando en cuenta la celeridad de los cambios de los nuevos tiempos, las nuevas demandas de la sociedad, los progresos de la tecnología, las transformaciones culturales de ocio y de educación en las últimas décadas. Así es como se ha intentado desarrollar la idea de museo vivo, participativo, que se define por el contacto directo entre el público y los objetos expuestos. En este caso particular en un contacto directo a través del ciberespacio, de plataformas virtuales y de espacios imaginados.

Desde el punto de vista de esta corriente, los museos son espacios de los cuales el cambio social puede emerger mediante la creación de una conciencia social acerca de la situación

¹ Definición aprobada por la conferencia general del ICOM. Viena, Austria, 24 de agosto de 2007.

histórica de la sociedad. Por esta razón cabe mencionar algunas de las cualidades que deben ser inherentes al museo que siga esta nueva corriente. En primer lugar, debe pensarse que la nueva museología está sumamente involucrada en una labor de educación popular, un proceso de educación no formal que un grupo social o comunidad crea y recrea para investigar, conocer, analizar y transformar la realidad en todos sus ámbitos.

En segundo lugar, se acerca nuevamente al concepto de cultura popular o subalterna entendida ésta como el conjunto de normas fenoménicas singulares que presenta un grupo social o comunidad tanto en el ámbito de la superestructura ideológica o de las formas de pensar y su relación con el universo. Es decir, la cultura popular o subalterna no es otra cosa que el conjunto de manifestaciones singulares alcanzado en su modo de vida.

En tercer lugar, la investigación participativa se convierte en una herramienta de singular importancia para la producción de conocimientos sistemáticos y necesarios que un grupo social o comunidad logra sobre sí misma. Por último, esta nueva museología es consciente que cada producción humana está afectada por procesos culturales, económicos, políticos e históricos que la afectan de manera particular y que se convierten en elementos a considerarse de manera específica a la hora de crear un proceso museológico.

En este contexto se proponen como objetos museables en un espacio virtual todas aquellas expresiones que deben ser conservadas para el futuro, todos aquellos universos simbólicos que vale la pena documentar y más allá de esto brindar un punto de encuentro para lecturas de los patrones culturales asociadas a las artes y oficios, espacios de discusión, exposición y diversión.

El museo está formado por una colección de objetos y, es por eso que, entre las instituciones existentes en nuestra sociedad, el museo es el territorio del objeto. Sin embargo, es verdad que el objeto no juega ya el papel importante que jugaba otras veces en los museos, porque estos coleccionan hoy otros tipos de documentos diferentes a los objetos, como son la informática y los medios audiovisuales, que han dado gran vuelco a la idea de colección (Hernández, 2006:105)

Respondiendo a este nuevo contexto, el Museo de Artes y Oficios adopta el carácter simbólico de los objetos para que estos sean presentados de manera virtual y sea su imagen

la que evoque los diferentes universos simbólicos que representa. El Museo será así un lugar que ofrece una experiencia estética innovadora frente a las artes y los oficios.

El Museo de Artes y Oficios se propone dar lugar a representaciones de la realidad teniendo en cuenta tres principios esenciales: 1) brinda prioridad al sujeto sobre el objeto en sí mismo; 2) considera el patrimonio como un instrumento al servicio del desarrollo de los individuos y de la sociedad y 3) el territorio del objeto como algo sagrado que se rompe.

La nueva museología propone el museo como un elemento dinamizador y transformador de la realidad, respondiendo a los llamados de los cambios constantes de la sociedad.

En el nuevo museo los objetivos van encaminados a desarrollar la capacidad de iniciativa creativa de todos los integrantes de la comunidad en vista a su total desarrollo. Toda la comunidad ha de reforzar su sentido de identidad cultural, excluyendo cualquier imagen negativa, mediante el reconocimiento de su patrimonio y la necesidad que tiene de conservarlo y difundirlo. La comunidad ha de considerar su patrimonio como una fuente de recursos que favorezcan su desarrollo económico y social, pero, al mismo tiempo, ha de implicarse activamente en el cuidado del mismo, en un ejercicio de “reapropiación tanto del territorio como del patrimonio” para ese fin

Este ciberespacio cultural propone un mínimo de institucionalización que favorezca la posibilidad de adaptación a la cambiante realidad. En la medida en que el museo tiende a descentralizarse y a no quedar reducido, este ciberespacio cultural busca apoyarse en las nuevas tecnologías siendo éste un espacio abierto a toda la comunidad. Por eso busca en el espacio virtual escuchar las interpelaciones de la comunidad participante para buscar soluciones y respuestas. Implica la participación de los ciudadanos, en un trabajo en equipo, un diálogo permanente entre el museo y la comunidad receptora. Con esta participación el museo busca que la comunidad se convierta en protagonista de sus propias actividades y participen activamente en las tareas de conservación, documentación, investigación, colección y administración de lo patrimonial.

En cuanto a las tecnologías de la información como medio de exposición en el arte y en este caso particular, como exposición de ésta en un marco museográfico, se genera una nueva concepción sobre los modos de acceder a ella. La creación de las artes y los oficios,

y más allá de ellas, sus productos, se desligan de sus componentes: son inmateriales aunque no intangibles, pueden ser manipulados e incluso modificados por el receptor, permiten la integración de imagen, sonido y texto y lo más prometedor es que estas tecnologías pueden complementarse con enlaces hipertextuales e hipermediáticos que mejoren y acaben su comprensión.

Otro punto importante en los efectos de las tecnologías de la información es que afectan el modo de acceso a los usuarios y sus hábitos de consumo cultural. Se superan las barreras espacio-temporales por lo que ofrecen la posibilidad de un acceso permanente, se integran y popularizan diferentes formas de expresión artística haciéndolas asequibles llegando a una democratización del arte.

Entre los fundamentos para incorporar las nuevas tecnologías a nuevos sistemas de conocimiento tenemos: la consideración del conocimiento como el resultado de un proceso constructivo que debe realizar el propio sujeto, es decir, se toma la adquisición del conocimiento no como algo acabado, sino procesado y construido activamente por el sujeto que conoce. Por tanto, el verdadero aprendizaje humano sería una construcción de cada usuario que logre modificar su estructura mental y alcance una mayor diversidad, complejidad e integración (fundamento compartido con el constructivismo). Por otro lado, esta actividad constructiva del sujeto sería una actividad interpersonal y no una tarea individual, con lo que, en ella veríamos su interacción con el maestro, el artesano, el investigador y el gestor, con sus compañeros, con la comunidad local y con la cultura en que se desenvuelve. Otro fundamento tiene que ver con los preconceptos o preconcepciones (aquellas ideas previas que el sujeto posee) y con las preteorías (aquellas explicaciones previas) a partir de las cuales apertura el nuevo conocimiento. Entonces, con las nuevas tecnologías, propiciarían la construcción del conocimiento. Ésta construcción implica la adquisición de información procedente del medio, a través de un proceso en el que esta información interactúa con la que el sujeto ya posee, y que luego será reorganizada. Y, en ese sentido, las tecnologías de la información enriquecerían la enseñanza aprendizaje mucho más que los enfoques tradicionales.

Si resumimos algunas de las ventajas del uso de las nuevas tecnologías diremos que: éstas no se oponen a los puntos de vista, los valores o los enfoques actuales; son relativamente sencillas de implementar para la enseñanza, el disfrute y la investigación, así como permiten la interrelación y el conocimiento compartido, de hecho, esto implica que los responsables del museos posean algunos conocimientos acerca de estas tecnologías y que los usuarios puedan solicitar apoyo cuando lo necesiten.

En el caso específico del uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en los museos, diremos que en ellas se logra un mayor acercamiento de los museos a la sociedad, y principalmente, se logrará cumplir de manera más extensiva y exhaustiva con sus intenciones educativas.

Las nuevas tecnologías le aportan interactividad a los museos. La interactividad es la opción de manipular objetos virtuales que permite al usuario recorrer los contenidos a su propio ritmo, permitiendo que el visitante del museo se involucre y se relacione con los contenidos. Frente a este potencial tecnológico no podemos reducir la idea del ciberespacio a un simple escaparate para lo que ya existe. La red digital es, además, un medio para la creación.

Lo novedoso e importante de la incorporación de los sistemas multimedia es que con cada material incorporado existe la posibilidad de que el sujeto interactúe con el medio; en el caso de un video, por ejemplo, el sujeto puede escoger el camino y el sentido de la narración, de una forma libre o semilibre, en función de quienes idean o realizan el programa. El usuario no tiene que seguir una lectura lineal, como en el libro o en el vídeo simple, sino que puede saltar de una pantalla o de un contenido concreto a otro, sin que ello suponga perder el contenido de la creación. Pero, sin lugar a dudas, lo más atractivo de los museos al usar los medios interactivos es la transformación del visitante en protagonista de su visita; éste se siente mucho más implicado, puesto que, puede mirar y tocar: interactuar con los objetos y aplicaciones que el museo muestra en su recorrido. Como vemos se supera el impase de la actitud pasiva de los sujetos que visitan el museo, es decir, el visitante se transforma en un usuario que aprende con todo aquello que encuentra a su paso y que le interesa, sin olvidar la diversión.

En este museo virtual lo que se intenta es que el visitante obtenga nuevos conocimientos al recibir impactos emocionales e intelectuales, a través, del uso de diferentes recursos (audiovisuales, imagen fija y móvil, fotografías y pinturas a gran resolución, recursos auditivos, experimentos y demostraciones, visita virtual con animaciones, etc.). En ellos se intenta potenciar la participación utilizando grupos de discusión, listas de distribución, blogs, foros, espacios para dejar opiniones y experiencias propias y correo electrónico.

En los años recientes hemos visto cómo los museos comienzan a abrir sus puertas al arte digital. Lo han hecho de manera cautelosa, pues ese acceso le otorga a la obra digital el aval de “obra museable”, es decir, su entrada le da garantía institucional de “obra de arte”. Así, museos de arte contemporáneo como el Guggenheim, el Museo de Nueva York y el Museo Tamayo en la ciudad de México, han comenzado a exhibir arte digital.

Estas instituciones, denominadas museos virtuales, apoyadas en el nuevo ciberconocimiento deben propender por una buena y mejor divulgación y comunicación de los conocimientos que en su haber se encuentran, colecciones, textos, documentos e información varia. Como ya se mencionó en párrafos anteriores, ayudas audiovisuales, desarrollos tecnológicos y nuevas prácticas en el público, deben yuxtaponerse para generar una nueva etapa del conocimiento y de acercamiento al museo. Una gran ventaja que presenta el museo virtual se deriva de su fácil acceso, de su indiscriminación (mayor que la del museo físico en cuanto la posibilidad de acceso a un ordenador es cada vez más grande) y del uso del tiempo que el visitante quiera dedicar a recorrer una exposición, así como de lo extenso de la contextualización y de su claridad.

Dentro de la informática, podemos afirmar que estamos asistiendo a una rápida mejora tecnológica que ha facilitado la posibilidad de disponer de computadoras personales y aulas virtuales en gran parte de las escuelas públicas y privadas del país. Se cuenta entonces con redes de comunicación muy eficaces para realizar este trabajo.

Inmersos en una cultura postmoderna en la que solo cuenta el momento presente, vemos como ésta nos ofrece la posibilidad de adentrarnos en la dinámica del deseo, la evasión y el consumo como realidades que nos seducen y nos acercan a la experiencia de lo efímero. Afortunadamente la sociedad postmoderna nos presenta otros aspectos que nos hacen

vislumbrar un futuro más esperanzador y que se ha definido como “la cultura de la conservación” (Lipovetsky) que se manifiesta en la revalorización del patrimonio artístico, en la vuelta a las tradiciones culturales y religiosas y en el interés por la ecología y el medio ambiente.

Actualmente es muy común escuchar frecuentemente el término *cultura del ocio*, lo que es raro es asociarlo rápida y directamente con los objetivos presentados para el museo: estudio, educación y deleite. La cultura del ocio ha venido tomando fuerza cada día más y más y como cada acontecer que acaece en la vida cotidiana, el surgimiento de dicha forma de percibir el tiempo también tiene su explicación. La razón más importante que justifica este suceso es la implementación de nuevas tecnologías y los nuevos sistemas de producción que inhabilitan mucha mano de obra y sustituyen al trabajador en muchos casos o reducen su tiempo de trabajo en otros. Este tiempo libre, el tiempo que queda después de realizar labores en el trabajo, deberá (es lo indicado) transformarse en tiempo de ocio culto, parte que queda del tiempo libre después de cumplir con todas las obligaciones, laborales, académicas y familiares. No todo tiempo libre es tiempo de ocio culto, gran parte de él puede ser simplemente tiempo de ocio sin relación con lo cultural o en un peor caso, tiempo estéril.

Las actividades de ocio ya no son consideradas como periodos donde el tiempo tiene un valor igual a cero o donde los eventos a realizar no puedan producir un placer combinado con elementos académicos intelectuales, sino como periodos de recreación en el sentido amplio de la palabra, así mismo, este periodo promueve en el hombre la capacidad de creación, recreación e imaginación que muchas veces se ve coartada por las arduas labores sociales

No todas las actividades dedicadas al ocio se desarrollan de la misma manera ni con la misma intensidad. Se encuentran algunas categorizaciones que permiten analizar estos nuevos acontecimientos sociales. Existe el ocio pasivo, el ocio activo y el ocio participativo así como actividades comunes, intermedias, bajas y minoritarias. Asistir a un museo podríamos ubicarlo en la celda que conecta actividades bajas con ocio activo.

Indiscutiblemente este término nos acerca a otras cualidades importantes que se desprenden de su suceso, la calidad de vida de las personas se ve afectada en importante medida, la apertura a la cultura, una mayor sensibilización, diversificación de los gustos, creación de espacios lúdicos y el interés de las industrias culturales por un público infantil y juvenil que en el momento representa un gran porcentaje de su consumo y que promediando la década del 20 crecerá en gran medida.

Estos factores que, como se dijo anteriormente, crecerán aceleradamente en el futuro próximo, no deben ser descuidados por la ciencia del museo y en reconocimiento de éstos, debe adoptar medidas que hagan de las nuevas tendencias, grandes oportunidades de crecimiento. Así pues los museos virtuales se constituyen en una de las grandes apuestas para solventar el consumo de tiempo de ocio cultural que demandará la sociedad.

Toda la representación de colecciones y museos en línea van ganando cada vez más espacio en el mundo cibernético, no es difícil acceder a una gran variedad de posibilidades mediante una búsqueda sencilla por la red. Museos virtuales en su totalidad o representaciones virtuales de los grandes museos mundiales se encuentran hoy en día al alcance de cualquier persona en la gran mayoría de lugares del mundo que cuenten con una señal de internet. Esto ya es una realidad a la cual no le podemos dar la espalda ni mucho menos desconocer. Ya sea por necesidad o por iniciativa propia, los museos tanto tradicionales como de vanguardia deben estar por lo menos pensando en generar su propio espacio virtual para poder estar acorde a los reclamos de un público que entre su necesidad de consumo cultural, de disfrute del tiempo libre y de búsqueda de prácticas pedagógicas innovadoras, no deja de poner su mirada con mayor atención a las nuevas propuestas que causan asombro a diferencia de lo cotidiano que es indiferente. De igual manera, un valor intrínseco en los museos virtuales es que permite por medio de su facilidad de acceso crear público de una mejor manera que los museos tradicionales. Entendemos que hoy no tiene sentido cuestionar la incorporación o no de las tecnologías a la enseñanza porque su presencia y protagonismo es ineludible.

El efecto que causará en una revolución hacia lo cultural no se propicia directamente por el uso de las tecnologías más modernas, ni porque cada uno de los museos posea o no un espacio virtual dentro de su cartera de servicios, los verdaderos cambios surgirán gracias a

la conciencia que el público tomará al hacer uso de estos medios, las prácticas sociales revolucionan y con ellas el modo de operar y de vislumbrar las nuevas posibilidades del museo y del arte.

Los museos virtuales según Sabbatini, son una colección de objetos digitalizados, organizados lógicamente según el tema de interés, con métodos de interacción informatizados y con objetivos similares a los de cualquier museo, pero con acceso mundial mediante internet. Estos museos se encuentran dentro de los promulgados por la nueva museología ya que son instituciones que han cambiado respecto al museo tradicional. Este cambio puede verse con mayor énfasis en la relación que establece con el público, en las colecciones que presentan, la forma de presentarlas y por su puesto en la puesta en escena y la dinámica que maneje el museo en su espacio virtual. Cada museo virtual presenta folletos virtuales de información, colecciones, exhibiciones en línea, visitas virtuales, ambientes en realidad virtual, materiales y actividades educativas provistas de un gran campo de acción ofrecido por una plataforma que cada día innova y crece más.

Grafica 1

Factores de Cambio	Museo tradicional	Museo Virtual
Público	Especializado	Común, General.
Colección	Piezas únicas, aisladas de contexto	Diversidad y oportunidad. Representaciones, creaciones o maquetas.
Tema de exhibición	Lo hegemónico, lo culto.	Productos del acontecer humano en sociedad
Forma de exhibir	Objetual	Contextual
Relaciones del visitante	Percepción y observación	Percepción, observación, indagación y manipulación.

Rodríguez K (2000)

Toda la interacción que se produce en los museos virtuales debe tener un componente más, debe gestarse en un ambiente de sorpresa y emociones agradables, que promuevan la lúdica y la interacción del visitante con el museo para que de esta manera pueda potencializarse la indagación y la auto reflexión.

6. Metodología

Teniendo en cuenta que el proyecto Museo Virtual de Artes y Oficios presenta la propuesta de un ciberespacio cultural desarrollado a través de una plataforma virtual y la formulación práctica de elementos para una nueva museología, a continuación se presenta el marco metodológico, las líneas de acción desarrolladas y las estrategias de gestión empleadas para su ejecución.

6.1 Marco Metodológico

Para el desarrollo del Museo Virtual de Artes y Oficios se ha pensando en la mejor manera de afrontar la realidad y hacer uso de ella para innovar, crear y producir productos y servicios que en determinado momento, logren subsanar inconvenientes de diversa índole, que impiden que el conocimiento de una serie de prácticas culturales llegue hasta diversos públicos. Así pues, pensamos que en la plataforma virtual desde la cual vamos a fortalecer nuestro compromiso como gestores culturales, como ciudadanos y como colombianos, se deben aplicar las mejores herramientas que faciliten y hagan eficaz el cumplimiento de metas claras y plausibles. Precisamente fue así como encontramos en la metodología holística y en la heurística, un camino que relaciona la diversidad, la multiplicidad, la innovación y la creatividad, generando un *modus operandi* indicado para lograr las metas propuestas.

Nosotros como gerentes de este proyecto, esperamos afrontar con éxito la complejidad, los cambios y la diversidad de problemas que este nos pueda sobrellevar. La complejidad surge de la misma vida, de la naturaleza de las cosas y de los órdenes que durante años hemos establecido como patrones, todo esto combinado nos conduce a una serie de problemas que

deben ser resueltos. Los problemas actúan en cadena, casi nunca surge uno solo, en la mayoría de los casos son causales o desencadenantes de más situaciones complejas, para las cuales nuevamente reafirmamos el valor de nuestra metodología.

Como columna vertebral del proyecto se plantea el método holístico, resultando este el más apropiado para generar procesos de gestión del conocimiento desde el museo virtual. Estos procesos son una combinación de sinergia de datos, información, sistemas de información, y de capacidad creativa e innovadora de seres humanos (Malhotra 1997), estableciendo una relación complementaria entre lo tecnológico y lo humano.

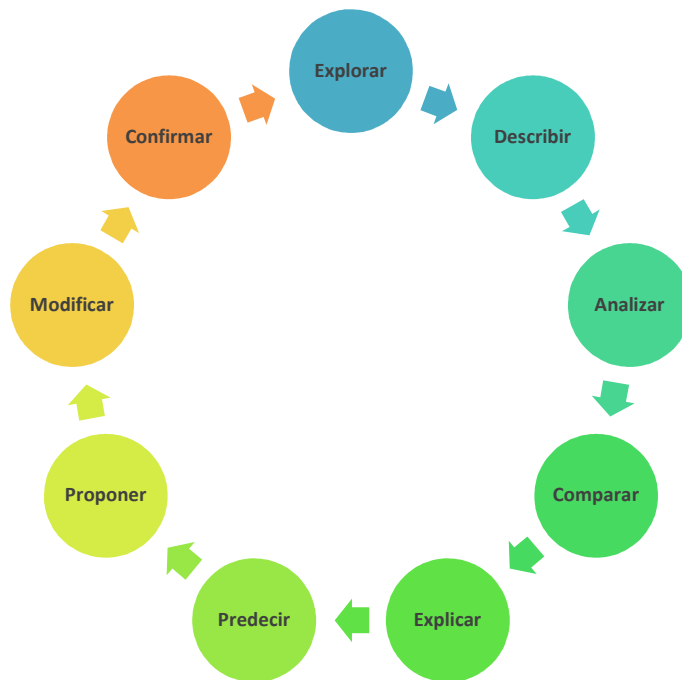
El proyecto de museo virtual, a través de la metodología holística busca mostrar la realidad como un proceso continuo y una totalidad única de campos de acción relacionados por la interdisciplinariedad, siguiendo los holotipos de investigación y su ciclo holístico, integrando en un proceso permanente la investigación exploratoria, descriptiva, analítica, comparativa, explicativa, predictiva, proyectiva, interactiva, confirmatoria y evaluativa.

La investigación holística invita a ver las cosas en su contexto, de una forma integrativa, contando con cada aporte pertinente que desarrollen las miradas individuales. Basado en esta premisa, la holística tiene grandes implicaciones en los distintos campos del saber y de la vida del hombre. Implicaciones sociológicas, antropológicas, educativas, basadas siempre en una dialéctica que configura una nueva forma de asumir la investigación.

Al momento de formular las redes y las actividades que permitan el desarrollo de la gestión de conocimiento se tendrá como principio fundamental la integración de la propuesta realizada por la metodología holística, como también se hará uso del ciclo holístico de continuidad propuesto por Jacqueline Hurtado de Barrera, haciendo del portal un punto focal de los diferentes procesos que permitan profundizar el conocimiento sobre las artes y oficios y la reflexión alrededor de estas.

A pesar de que este ciclo es usado principalmente en investigación, consideramos que todos estos procesos son claves a la hora de proponer nuevos esquemas en la gestión de conocimiento en los medios virtuales, yendo más allá de un portal web de difusión a la construcción de una masa crítica a través del uso de las nuevas tecnologías.

Grafica 2:



Hurtado de Barrera (2000)

El Museo Virtual de Artes y Oficios, para poderse justificar dentro del acontecer cotidiano, tiene que responder hábilmente a los constantes cambios en su entorno. Los usuarios, visitantes y clientes cambian sus preferencias constantemente y las ideas similares que no ofrecen novedad se encuentran en todas partes. El Museo Virtual es una buena posibilidad para recurrir a la innovación, para generar cambio y para hacer de la creatividad el motor fundamental de la organización.

La visión holística del conocimiento se sustenta en aceptar la diversidad y la multiplicidad de modelos y paradigmas para construir un pensamiento totalizador, en pocas palabras global.

Dice Victor Bacre Parra en su columna del día 11 de enero del 2011 en el sitio mpuebla.com que

Al ofrecer diferentes puntos de vista sobre la realidad y los múltiples caminos del conocer, es necesario generar procesos que se puedan hacer visibles en contextos y variables de tiempo, espacio, virtualidad u otra dimensión de creación humana.

Para ello, el presentar y representar heurísticamente estos resultados ya sintetizados de aquella mirada holística, significa el uso y puesta en práctica de la imaginación y creación humanas. Eso significa heurística: la imaginación y la creación al poder

Básicamente nuestros resultados se harán visibles en la puesta en marcha del portal www.museovirtualdeartesyoficios.com. donde con nuevos modelos, plataformas interactivas, espacios divergentes y convergentes, realidades paralelas, experiencias sensoriales diversas y más innovaciones, logremos modelar una nueva experiencia en lo concerniente a visitas culturales dentro de un museo.

Entendemos entonces que la heurística es la capacidad de un sistema para realizar de forma inmediata innovaciones positivas para sus fines. La capacidad heurística es un rasgo característico de los humanos, por lo tanto, teniendo en cuenta esta característica fundamental, podemos afirmar y nombrar los procesos heurísticos como el arte y la ciencia del descubrimiento y de la invención o de resolver problemas mediante la creatividad y el pensamiento lateral o pensamiento divergente, capacidades intrínsecas a la condición racional del hombre en comparación con los demás seres vivos.

George Pólya, con su libro *Cómo resolverlo* (How to solve it), planteó unos puntos estratégicos que hasta el día son principios fundamentales para la heurística, entre ellos encontramos los siguientes:

- * Si no consigues entender un problema, dibuja un esquema.
- * Si no encuentras la solución, haz como si ya la tuvieras y mira qué puedes deducir de ella (razonando hacia atrás a la inversa).
- * Si el problema es abstracto, prueba a examinar un ejemplo concreto.
- * Intenta abordar primero un problema más general (es la “paradoja del inventor”: el propósito más ambicioso es el que tiene más posibilidades de éxito).

Basado en estos puntos, la creatividad, la innovación y la imaginación darán frutos estupendos para lograr objetivos que pongan nuevos paradigmas en el mundo. Por supuesto, debe entenderse que no siempre la última invención será la más satisfactoria, el objetivo de la heurística es mantener un espíritu creativo constante en los seres humanos, donde el pensamiento rebase los límites hasta ahora conocidos y haciendo conciencia del presente y del pasado se logre fortalecer un futuro exitoso donde se venza la complejidad.

El museo Virtual de Artes y Oficios pretende entonces ser un foco de innovación, donde la creatividad se vea constantemente empleada ya sea en nuevas formas de acceso a la documentación por medio de programas ágiles y manejables como por instrumentos multimedia que amplíen de forma constante las maneras de generar conocimiento por parte de nuestros creativos, así pues, el uso de redes y el acercamiento del museo a su público por este medio, representa para nosotros una meta a mediano plazo.

Se propone la heurística como la generación de capacidades constantes en el proyecto que den paso a las innovaciones y cambios que sean necesarios para el desarrollo complejo de redes que se plantea. La heurística ofrece las herramientas necesarias para resolver los diferentes problemas que surjan en el camino a través de la creatividad y el pensamiento convergente.

Vale la pena mencionar que la heurística es aplicable a diversas ciencias sin excluir la elaboración de elementos y medios auxiliares, reglas, principios, estrategias y programas que ayuden a la resolución de problemas y conflictos

Este método se compone de los siguientes puntos:

Principios, los cuales divididos entre analogías y reducciones proponen sugerencias para hallar soluciones; *reglas*, separando los elementos dados de aquellos buscados, confeccionando mapas, esquemas, utilizando cifras y números y reformulando los problemas, ayudan a lograr un punto final en la búsqueda de soluciones; y *estrategias*, de trabajo hacia delante o trabajo hacia atrás, donde ayudados por unos recursos organizativos se obtenga igualmente una solución.

Etimológicamente, *heurística* proviene de la palabra griega *heuriskein* cuyo significado es descubrir o encontrar. En ese sentido, entenderemos a la heurística como la estrategia, el

método y el criterio que se utiliza para facilitar la resolución de problemas difíciles. En general, está definida como aquella ciencia que estudia los procesos de decisión respecto a un campo de conocimiento concreto: las estrategias cognitivas. En computación, su contrapartida formal es el algoritmo.

Cuando hacemos referencia al conocimiento heurístico estamos ante el tipo especial de conocimiento que usamos para resolver aquellos problemas complicados o dificultosos. Aquí, heurístico, como adjetivo viene a significar medio para descubrir. El método heurístico es aquel conjunto de pasos que debemos efectuar para encontrar en el menor tiempo posible la solución más idónea para un problema en particular. Las nuevas técnicas heurísticas empleadas, tanto por científicos de computación, investigadores operativos y/o profesionales, se han ido perfeccionando con lo que ahora pueden resolver problemas mucho más complejos.

Para resolver problemas que impliquen encontrar un camino más corto y satisfactorio en la resolución de problemas relacionados con temas de programación, es necesario realizar una búsqueda minuciosa de todas las posibles interrelaciones existentes en un conjunto determinado ya que si este no es controlado puede suceder que las combinaciones posibles sean infinitas llevando a un problema imposible de solucionar. La programación heurística conduce al uso de un conocimiento específico para poder controlar las posibilidades ofrecidas y así guiar una mejor búsqueda que nos conduzca por caminos más acordes.

Para nuestro proyecto en especial, es de suma importancia acercarnos a procesos de pensamiento heurístico ya que entendemos también que tanto la naturaleza y el ser del diseño, de las ciencias y de las artes están signadas por la Heurística. Todos estos elementos que estarán presentes en nuestro modelo de museo virtual donde las prácticas culturales y sus saberes, se unirán a una nueva forma de hacerlas presentes, gracias a las múltiples posibilidades que nos ofrece la red y las nuevas tecnologías y mediante las cuales pretendemos crear una nueva forma de ver y sentir el espacio museo.

La heurística concibe y visualiza nuevas formas que benefician a los seres humanos, en especial acortando las posibles limitaciones contemporáneas, tales como la comodidad de entrar al museo desde su casa, la disponibilidad de tiempo completo, el ahorro económico y

de tiempo en viajes, la experiencia personal al poder estar en contacto con los objetos el tiempo deseado etc.

La Heurística en el diseño es imaginar, visualizar utopías que generen nuevos paradigmas, bienes que propicien la Filogénesis: la majestad de la humanidad.

El siguiente grafico nos presenta un triangulo fortalecido de las principales características de la heurística, aplicables estas a nuestro modelo de museo.

Grafica 3:



M. Jackson

De tal manera que si la investigación holística ha de ser vista como un paradigma innovador, tiene que relacionarse directamente con la heurística, ya que es esta quien posibilita el descubrir, inventar y/o crear. Para definir estos conceptos nos remitimos a los expuestos y presentados por Ugas (2005):

Descubrir

Significa encontrar algo que existía pero permanecía oculto o ignorado; también es pensar lo que otros no han pensado. El descubrimiento tiene que ser constatable, dado que si no se demuestra no pasaría de ser una confabulación. El museo Virtual de Artes y Oficios debe buscar el descubrir nuevas formas y maneras de acercar el público a espacios de conocimiento alternativo, de ahí nuestro gran interés por esta primera característica.

Inventar

Es producir algo que antes no existía; implica: tener ingenio en qué trabajar (materia prima), con qué trabajar (herramienta), cómo trabajar (procedimiento). Este proceso de inventar y la necesidad de elementos fundamentales para lograrlo, hace que el uso tanto de prácticas holísticas, como de métodos heurísticos tome más fuerza, inventar dentro del museo es una tarea constante, tanto en el campo de la plataforma tecnológica, como de las propuestas de colecciones que queremos presentar.

Crear

Es producir una nueva idea, no un objeto. Una idea inesperada es un acto de creación que sorprende, o cual sugiere la posibilidad que sea producto del azar. Serendipia, designa a un “descubrimiento accidental”, o descubrir cosas sin proponérselo. Sin embargo, el azar absoluto no existe, porque equivaldría a decir que cualquier cosa puede surgir en cualquier lugar y en cualquier momento. La practica constante, la búsqueda de nuevas fronteras, el fortalecimiento de la investigación etnográfica y antropológica ayudará a descubrir nuevas formas de acercarnos a nuestro objetivo de hacer del museo un pilar fundamental para la cultura del país.

Para poder crear un portal interactivo donde se funda los avances tecnológicos con la multiplicidad de modos y formas de abordar el conocimiento tenemos que garantizar procesos organizacionales eficientes que se sirvan de los últimos desarrollos de tecnológicos. Para esto, es necesario hacer uso de estructuras flexibles como las ofrecidas por la holística y la heurística así como demostrar cualidades de liderazgo para lograr transformaciones.

6.2 Líneas de acción

El éxito del sitio web Museo de Artes y Oficios depende en gran medida del establecimiento de unas líneas de acción claras que sean consecuentes con los servicios ofrecidos. Es así como siguiendo los ejes rectores del ICOM, manteniendo el carácter museográfico presente, se desarrollan las líneas de acción del proyecto. Éstas definen y dan

sentido a los servicios web que serán expuestos más adelante y hacen de éstos el producto cultural de este museo ciberespacial o virtual. Se considera que el *estudio*, *la educación* y *el deleite* representan tres ejes fundamentales a la hora de cumplir el objetivo de reconocer la tradición de las artes y los oficios y de generar nodos de conocimiento alrededor de éstos.

El estudio es un eje esencial en la realización de contenidos pertinentes, relevantes y teóricamente bien desarrollados, además de ocupar un importante papel en la estructuración de líneas críticas de pensamiento claras y contundentes. La educación es, sin duda alguna, el medio más acertado y decisivo en la generación de una masa crítica en temas relativos a los artes y oficios y a los patrones culturales relacionados con éstos. El proyecto del ciberespacio cultural para el museo pretende educar nuevos públicos y hacer de las artes y los oficios un tema de interés.

Por último, el deleite es considerado como el motor y uno de los resultados que debe generar el proyecto. Desde su realización se propone un proyecto atractivo, innovador y que se enmarque en términos de felicidad, es decir, que ofrezca a sus receptores espacios de ocio, diversión, emoción y pasión por la infodiversidad y por contenidos interesantes. Finalmente vale la pena preguntarse, ¿qué sentido tendrían este tipo de proyectos si no generan nuevas dinámicas de gestión del conocimiento que sean agradables para los receptores?.

Enmarcado en estos ejes rectores, este ciberespacio cultural propone como líneas de acción *la promoción*, *la difusión* y *la gestión*. Estas líneas se presentan como el producto cultural que sería entregado por el museo a la sociedad y a todos aquellos que se conecten al portal web Museo de Artes y Oficios.

Dentro de esas líneas de acción están organizadas las diferentes gestiones que se realizarían en el portal y que coinciden con la oferta de servicios que se presentará más adelante.

A continuación, encontramos un esquema que ilustra con claridad las líneas de acción propuestas y sus correspondientes actividades.

Grafica 4:

<i>Ejes rectores</i>	<i>Líneas de Acción</i>		<i>Desarrollo</i>
Estudio, educación y deleite	Promoción		Eventos
			Productos
			Instituciones
			Artistas
	Difusión		Trabajos académicos
			Nuevos proyectos
			Chats
			Foros
	Gestión	Misional	Colecciones y exposiciones
			Juegos interactivos
		Financiación	Avatares
			Sponsor
		Mediación	
		Patrocinio	

6.3 Estrategias de gestión

A continuación se presentan las estrategias de gestión que tendrán una incidencia considerable en el éxito de nuestro proyecto. En estas estrategias se expone la planeación estratégica y las actividades que supone el diseño del portal web.

6.3.1 Planeación estratégica

Con el fin de que los objetivos y metas planteadas se ejecuten y logren con mayor eficacia y facilidad a través de un esfuerzo sistemático y organizado, se diseñó el avance del proyecto en cuatro fases que comprenden desde el diagnóstico del entorno en el que se propone el proyecto hasta su ejecución en la captación de contenidos a través de convocatoria.

Grafica 5:

FASES	1) Diagnóstico del entorno	*Plan y análisis tecnológico
	2) Definición de contenidos	*Desarrollo de política de colecciones (Criterios-unicidad) *Procedimiento de gestión de las colecciones *Comité de selección de contenidos
	3) Diseño de la plataforma web	*Definición de contenidos *Definición de servicios de acuerdo a las líneas de acción
	4) Convocatoria a nivel nacional	*Apertura de la convocatoria *Selección de material visual y audiovisual

Fases del proyecto

Fase 1: Diagnóstico del entorno

En el diagnóstico del entorno se busca realizar una revisión panorámica de las posibilidades y ofertas tecnológicas y técnicas con las que se cuenta para el desarrollo de los juegos, foros, avatares y demás productos que se ofrezcan en el portal web.

Este barrido permitirá un conocimiento previo de las posibilidades y sobre la selección de los programas y plataformas adecuados a la hora de desarrollar los contenidos que se consideren en la página web.

Fase 2: Definición de contenidos

Para la definición de contenidos es indispensable crear una política de colecciones que en primer lugar, defina los criterios de selección y unicidad que deben tener las piezas que conformarán las diferentes colecciones virtuales. En segundo lugar, esta política debe generar estrategias sobre los posibles procedimientos de gestión de colecciones.

Dicha política deberá ser desarrollada por el comité encargado de los contenidos. Dicho comité deberá estar conformado por expertos y especialistas en: etnografía, antropología, diseño gráfico, museografía y técnicos computacionales que desarrollen los programas y plataformas necesarios.

Fase 3: Diseño de la plataforma web

Para el diseño de la plataforma es necesario definir los contenidos y los servicios que se van a ofrecer. Luego de tener esto claro, se procede al montaje técnico de la plataforma web.

Fase 4: Convocatoria a nivel nacional

Se considera que la convocatoria a nivel nacional puede ser un método interesante a la hora de captar información sobre las artes y los oficios.

Las fases explicadas anteriormente se organizan en la consecución de pasos ilustrada en el cuadro ubicado al lado derecho. Este cuadro evidencia la relación de las gestiones expuestas en las fases con el proceder continuo de la creación y desarrollo de la página web. Las actividades del diseño de la página web están directamente relacionadas con este proceso lineal.



Grafica 6

6.3.2 Actividades del diseño de la página web

Para hacer de la página una realidad, en consecuencia con las fases y pasos anteriormente expuestos, se desarrollan a continuación las actividades necesarias para su diseño y realización.

Grafica 7:



6.3.2.1. Dominios:

El dominio de internet es una red de identificación asociada a un grupo de dispositivos o equipos conectados a la red de internet. En otras palabras el dominio es la dirección mediante la cual uno puede ingresar a ver un sitio web. En primera instancia se propone que el dominio sea www.museovirtualdeartesyoficios.com. Su costo será de \$ 450.000

6.3.2.2. Hosting:

El hosting es el servicio que debe contratar un usuario de internet que desee dirigir y manejar su propio sitio web en el cual podrá colgar la información que considere necesaria para articular un buen lugar de información, diversión, contemplación, etc.

Básicamente hace referencia al lugar donde se hospeda un lugar web dentro de la red, específicamente gracias a un servidor en el cual se encuentran alojados muchos sitios.

Dentro de este hospedaje se pueden alojar desde imágenes, textos, sitios web y correos electrónicos, en suma, es el lugar donde se aloja toda la información que circula en la red.

6.3.2.3. Plataforma

La plataforma es el software o el hardware mediante el cual una aplicación se puede ejecutar siempre y cuando sea compatible. Es un sistema operativo, que sirve fundamentalmente para ejecutar una serie de aplicaciones. Así mismo tanto la arquitectura del hardware, los lenguajes de programación, las librerías en tiempo de ejecución y los prototipos de consola para realidad virtual, son considerados como diversos tipos de plataforma.

Existen a su vez emuladores y multiplataforma. Estos dos permiten que sea posible reproducir ciertas aplicaciones que necesariamente no pertenezcan a una plataforma determinada, siendo así cada vez más compatible, confiable y dinámico el uso de estas herramientas.

6.3.2.4. Sitio Web

Un sitio web es un espacio o localización en el Word wide web el cual contiene elementos como textos, gráficos e información digital ordenados jerárquicamente y que son presentados en el monitor del usuario. Los elementos contenidos son variados, desde elementos estáticos, hasta nuevas invenciones de gráficos dinámicos y en tiempo real.

Como primer elemento, el sitio web presenta una pantalla de inicio que será complementada con varias vistas más. Por otra parte, cada sitio web esta coordinado y dirigido por un usuario especializado o por una organización

La importancia de los sitios web en relación con los demás medios de difusión y comunicación, es la posibilidad de interacción con el usuario, lo que facilita la búsqueda, compra, intercambio, venta y demás acciones a diferencia de los medios tradicional pues este se hace en tiempo real.

6.3.2.5. Promoción del sitio web

Para realizar una acertada promoción de un sitio web es necesario tener en cuenta algunos elementos:

1. Contenido

La utilidad del contenido, su pertinencia y la relevancia que pueda tener entre el público será el principal objetivo a tener en cuenta.

2. Navegabilidad:

La fácil navegación a través de sitio web invitará a un mayor número de usuarios a visitarla. Es necesario ayudarse de herramientas como visitas dirigidas, mapas, diagramas, colores especiales y símbolos pertinentes para que el usuario se sienta cómodo en su recorrido.

3. Posicionamiento en buscadores.

Especificando temas y palabras claves en los registros de algunos buscadores, la dirección URL de nuestro sitio tendrá mayor visibilidad entre el público que se encuentre buscando

información relacionada lo cual inmediatamente generará visitas y público. Una herramienta efectiva para lograr esto es hacer uso de las metatags, palabras claves que describen el sitio web y que ayudaran a los buscadores a enlazar el portal.

4. Intercambio de contenidos e información.

Pertenecer a redes o crear alianzas con sitios web que manejen la misma temática es otra forma efectiva de promocionar nuestro espacio. Creando vínculos y enlaces en la mayor cantidad de lugares, ojalá portales con gran número de visitantes.

5. Intercambio de banners.

Consiste en generar publicidad mutua, intercambiando banners en páginas web, generalmente bajo esta modalidad si aparece una publicidad de otra página web en mi sitio, aparecerá un volumen de publicidad igual en otro sitio para mi.

El intercambio de banners no genera ingresos, pero puede resultar una herramienta interesante de posicionamiento del sitio mediante publicidad gratis.

6. Publicidad On line y Off line.

No solamente considerar el espacio virtual como lugar de promoción. Si nuestro trabajo pretende presentar un museo de artes y oficios, podemos dirigirnos a diferentes museos o diferentes escuelas de artes a promocionar nuestro portal. Es importante identificar bien el público ya que esta publicidad resulta costosa en muchos casos.

7. Gestión de patrocinios.

Consiste en buscar empresas con buen capital y con intereses especiales en el tema tratado en el sitio web para a cambio de unos aportes económicos, venderles espacios para pautar.

8. Pago por medios masivos de publicidad diferentes a la Internet.

En un momento en que exista un mejor posicionamiento de marca y mejor estabilidad financiera, es posible recurrir a publicidad en medios tradicionales como radio, prensa y televisión.

Con el uso de estas herramientas es posible generar un buen público para el portal.

6.3.2.6. Contenido

Antes que el diseño, los gráficos y los elementos estéticos que le dan un buen aspecto al sitio web, se encuentra como principal elemento, el contenido.

Algunos aspectos importantes del contenido:

Contenido apropiado para tus lectores:

Nuevamente textos acordes a las necesidades de los lectores, pertinencia y calidad ante todo.

El diseño de autoservicio:

Sitio web basado en la conveniencia, la velocidad y lo económico:

- Es conveniente cuando a usuario no se le dificulta su uso.
- Es veloz cuando se reduce el tiempo que tarda el usuario en encontrar lo que quiere.
- Es económico cuando con poco esfuerzo el usuario consigue realizar su acción u obtener la información que buscaba.

Por supuesto la característica que mejor describe estos elementos es la simplicidad.

El formato de los textos:

Tamaños adecuados, colores de fondo y de letra y estructura de los textos son principios fundamentales para atraer al lector y no causarle temor ante el contenido del sitio web.

Estructura del contenido:

Evitar usar textos largos a menos que sea necesario, así como un lenguaje pertinente para cada tipo de público. De igual forma, es conveniente presentar las conclusiones al inicio y después desarrollar el tema, de esta forma es más fácil enganchar al visitante.

Palabras clave y enlaces de calidad:

Las palabras claves vinculadas a buscadores y los enlaces a otros sitios web también hacen parte del contenido presentado en la web.

7. Servicios

Acorde con las líneas de acción anteriormente presentadas a continuación se presentan los servicios que ofrecerá el portal web Museo Virtual de Artes y Oficios.

Grafica 8:

	Colecciones y exposiciones	Investigación y etnografía	Educación
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> *Visitas virtuales *Exposiciones interactivas *Audioguías y medios visuales *Exposiciones didácticas 	<ul style="list-style-type: none"> *Proyectos de investigación *Publicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> *Foros *Blogs *Second life *Juegos educativos interactivos

8. Marco conceptual

8.1 Patrimonio cultural de la Nación

El patrimonio cultural de la nación está constituido por todos los bienes materiales, las manifestaciones inmateriales, los productos y las representaciones de la cultura que son expresiones de la nacionalidad colombiana, tales como la lengua castellana, las lenguas y dialectos de las comunidades indígenas, negras y creoles, la tradición, el conocimiento

ancestral, el paisaje cultural, las costumbres y las hábitos, así como los bienes materiales de naturaleza mueble e inmueble a los que se les atribuye, entre otros, especial interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico. (Ley 1185 de 2008, artículo 1°, que modifica el artículo 4° de la Ley 397 de 1997).

8.2 Patrimonio cultural inmaterial

Está constituido por los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas – junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que le son inherentes – que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia. Este patrimonio contribuye a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana y, a través de él, la comunidad consigue concretar un sentimiento de identidad y continuidad.

Con el fin de documentar dicho patrimonio cultural inmaterial que acompaña la exhibición de imágenes digitales de los elementos creativos de las prácticas culturales que serán expuestas en el museo, se desarrollará un trabajo etnográfico de cada uno de los usos, expresiones, técnicas, imaginarios y costumbres que surgen a partir de los oficios.

8.3 Museo

Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, y abierta al público, la cual adquiere, conserva, investiga, comunica, y exhibe el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y de su medio ambiente, con fines de estudio, educación y deleite. (Definición aprobada por la Conferencia General del ICOM en Viena, Austria, el 24 de agosto de 2007)

8.4 Prácticas Culturales

Prácticas culturales son las actividades específicas que realizan las personas dentro de un campo cultural determinado (artístico, académico, religioso, deportivas, escolares, científicas, etcétera), que están orientadas a la formación y/o a la recreación, presupone que son espacios sociales que se van abriendo y consolidando históricamente (procesos de secularización cultural), que al interno de cada campo hay lógicas específicas, así como en cada uno de ellos hay procesos de formación “disciplinaria” de estas artes, técnicas o saberes con diferente profundidad, en cuanto a la percepción, sensibilización, nivel de práctica para el dominio técnico, conocimientos de ciertos códigos de esas prácticas y las formas de participación y organización de cada campo.

El ser de un pueblo lo define su cultura. La cultura es la obra del hombre acumulada y transmitida a través del curso de la historia. De la cultura derivan entonces los valores de una comunidad. La cultura configura la tradición: memoria en el tiempo de lo que el hombre hace en provecho propio o en beneficio de la humanidad. A su vez, la tradición da origen al campo del espíritu humano; así se da el alfabeto a los sujetos, que ahora llamamos históricos; y se les da instrumentos para trabajar en bien de todos; en ese orden el hombre se eleva hacia las utopías: la libertad, la justicia social... “Mira al pasado y crea la historia; mira al futuro y crea las utopías”.

Todo es cultura en el sentido de que el individuo no termina en su piel, sino que se prolonga en sus costumbres, en sus instituciones, en sus herramientas. Cultura es entonces el lugar en que se habita, hábitat ante el cual no podemos ser indiferentes, todo lo que en él ocurre (u ocurrimos) nos afecta. Pongamos por caso una obra literaria, su sentido no se agota con el autor sino con la comunidad de lectores que la absorben y ve en aquella una especial significación. Prácticas en apariencia despreciables, como robar o sonarse las narices, tienen un lugar en la cultura. Esto nos está diciendo que en todo momento la cultura está poblando de signos y símbolos el mundo.

La cultura se concreta entonces al universo simbólico en que habitamos. Los individuos o las instituciones se encargan de jerarquizar y/o clasificar las prácticas en “cultas” o “incultas”. Ahí está la religión (Iglesia) que predica sobre lo bueno y lo malo; el Estado, que legisla sobre lo lícito e ilícito; y la educación, que prepara a los individuos para servir,

es decir, “enriquecer” la cultura. Se crea entonces un conjunto de “prácticas” que son sentidas como propias. “En ese sentido un modelo cultural no es más que la visualización de un modo de ser”. Un modo de ser, saber y hacer en contexto.

9. Marco Institucional

9.1 Sistema Nacional de Cultura (Artículo 57 de la Ley General de Cultura): Conjunto de instancias y procesos de desarrollo institucional, planificación e información articulados entre sí, que posibilitan el desarrollo cultural y el acceso de la comunidad a los bienes y servicios culturales según los principios de descentralización, participación y autonomía.

9.2 Consejo Nacional de Cultura (Artículo 58 de la Ley General de Cultura): Créase el Consejo Nacional de Cultura como órgano asesor del Ministerio de Cultura. Sus funciones son: 1. promover y hacer las recomendaciones que sean pertinentes para el cumplimiento de los planes, políticas y programas relacionados con la cultura (...) 4. Asesorar el diseño, la formulación e implementación del Plan Nacional de Cultura (...).

9.3 Sistema Distrital de Cultura (Decreto No. 221 del 31 de mayo de 2002 -Artículo 1-): El Sistema Distrital de Cultura del distrito Capital es el conjunto de instancias y procesos de desarrollo institucional y comunitario, que a través de los mecanismos de planificación, ejecución, seguimiento y control social, articulados entre sí, facilitan el desarrollo cultural y el acceso de la comunidad a los bienes y servicios culturales en el distrito Capital, según los principios de descentralización, participación, interculturalidad, autonomía, equidad y concertación

10. Marco Legislativo

10.1 Constitución Política de Colombia 1991

Los Artículos 1 y 2 de los principios fundamentales especialmente en lo que se relaciona con democrática, participativa y pluralista como Estado social de derecho así como también facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación.

Artículo 7.- El Estado reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la nación colombiana

Artículo 8.- Es obligación del Estado y de las personas, proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación.

Art. 20.- Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.

Artículo 61.- El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.

Artículo 70.- El Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional.

Artículo 71.- La búsqueda del conocimiento y la expresión artística son libres. Los planes de desarrollo económico y social incluirán el fomento a las ciencias y, en general, a la cultura.

10.2 Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura)

El título II de la Ley General de Cultura, modificado por la ley 1185 de 2008, establece los lineamientos generales para la gestión y la protección del patrimonio cultural de la nación. El artículo 4 da una primera definición de este patrimonio, todas las expresiones, productos y objetos representativos de la nacionalidad colombiana y dentro del cual algunos conjuntos o bienes individuales, debido a sus especiales valores simbólicos, artísticos, estéticos o históricos, requieren un especial tratamiento. Como mecanismo para el reconocimiento y protección del patrimonio cultural, la ley plantea la categoría de los Bienes de Interés Cultural (BIC), a través de los cuales se declaran los bienes sobre la base de su representatividad territorial: nacional, departamental, distrital, municipal o de los territorios indígenas.

Artículo 4. Definición cultural de la Nación.

El patrimonio cultural de la Nación está constituido por los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad colombiana tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de los bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles, que poseen un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico, antropológico y las manifestaciones, los productos y las representaciones de la cultura popular.

Artículo 27. Definición de creador.

Se entiende por creador cualquier persona o grupo de personas generadoras de bienes y productos culturales a partir de la imaginación, la sensibilidad y la creatividad. Las expresiones creadoras, como expresión libre del pensamiento humano, generan identidad, sentido de pertenencia y enriquecen la diversidad cultural del país.

Artículo 33. Definición de derechos de autor.

Los derechos de autor y conexos morales y patrimoniales de autores, actores, directores y dramaturgos, se consideran de carácter inalienable por las implicaciones que éstos tienen para la seguridad social del artista.

10.3 Ley 1185 de 2008

Por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997 y se dictan otras disposiciones. Se define en ésta un régimen especial de salvaguardia, protección, sostenibilidad, divulgación y estímulo para los BIC y para las manifestaciones de la lista representativa del patrimonio cultural inmaterial (LRPCI), y crea el Consejo Nacional de Patrimonio Cultural de la Nación.

Dos leyes importantes se encuentran vinculadas dentro de la Ley 1185, primero el artículo 8 que refiere específicamente al patrimonio inmaterial, creando la LRPCI, donde se crearán los planes de salvaguardia y se expresarán los lineamientos para la identificación de manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial.

10.4 Decreto 1313 de 2008

Este decreto reglamente la Ley 1185 de 2008 en lo relacionado con los Consejos de Patrimonio Cultural, estableciendo su composición, su régimen y sus funciones, el cual junto al ministerio de cultura expedirá lineamientos referentes a las expresiones culturales. Igualmente este decreto establece la creación de los Consejos Departamentales y Distritales de Patrimonio Cultural.

10.5 Decreto 763 de 2009

Decreto creado para reglamentar lo correspondiente al patrimonio cultural de la nación de naturaleza material, el cual define las competencias de las autoridades y los órganos asesores del Sistema Nacional de Patrimonio Cultural (SNPC) de la nación. Fija criterios y procedimientos para la declaratoria de BIC y establece los objetivos y los contenidos generales de los PEMP. Así mismo establece los principios para la intervención y los estímulos de conservación y mantenimiento de los BIC.

10.6 Decreto 2941 de 2009

“Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 397 de 1997 modificada por la Ley 1185 de 2008, en lo correspondiente al patrimonio cultural de la nación de naturaleza inmaterial”

Este decreto define los ámbitos de cobertura del patrimonio cultural inmaterial y reglamenta lo relacionado con la LRPCI, estableciendo sus campos de alcance, el procedimiento, los requisitos y los criterios de valoración para la inclusión de manifestaciones en la lista. Adicionalmente, el decreto define los contenidos de los PES necesarios para la inclusión de manifestaciones en dicha lista y reglamenta lo relacionado con los estímulos tributarios para la salvaguarda de estas manifestaciones.

En cuanto a las políticas culturales del Ministerio de Cultura y en especial las relacionadas al Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) nos referiremos especialmente a los ámbitos número 5, 6 y 9

5 PCI asociado a procesos productivos y a técnicas artesanales tradicionales. Este PCI comprende *actividades de recolección, caza y pesca, las actividades agropecuarias tradicionales, las confecciones de artesanías y las prácticas comerciales tradicionales.*

6 PCI artes populares. *Estas expresiones abarcan las tradiciones pictóricas, escultóricas y gráficas tradicionales; las artes escénicas y representaciones tradicionales; las danzas, la música, tradiciones familiares de enseñanza y de fabricación, festivales y encuentros de poesía popular.*

9 PCI asociada a los eventos de la vida cotidiana la cual se define como todo aquello que *Comprende saberes, prácticas y valores relacionados con la socialización de las personas y transmisión de conocimientos en el ámbito familiar y comunitario, como reglas de comportamiento y cortesía; los modos y métodos de transmisión de saberes, prácticas y destrezas propias de la vida familiar y comunitaria, devociones y prácticas religiosas, costumbres y rituales asociados al ciclo vital de las personas y al parentesco.*

10.7 Instrumentos normativos internacionales vigentes en Colombia.

Ley 45 de 1983, por medio del cual Colombia adhiere a la Convención de Patrimonio Mundial, Cultural y Natural (UNESCO, 1972).

Ley 63 de 1983, por medio de la cual Colombia adhiere a la Convención sobre las medidas que deben adoptarse para prohibir e impedir la importación, la exportación y la transferencia de propiedad ilícitas de bienes culturales (UNESCO, 1970)

Ley 340 de 1996, por medio de la cual Colombia adhiere a la Convención para la protección de los bienes culturales en caso de conflicto armado (UNESCO, 1954).

Ley 899 de 2004, por la cual se aprueba el 2° Protocolo de la Convención de la Haya de 1954 para la Protección de Bienes Culturales en Caso de Conflicto Armado.

Ley 1037 de 2006, por medio de la cual Colombia adhiere a la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Inmaterial (UNESCO, 2003)

Ley 1304 de 2009, por medio de la cual se aprueba el Convenio de Unidroit sobre los Bienes Culturales Robados o Exportados Ilícitamente firmado en Roma el 24 de junio de 1995.

Código de Deontología del ICOM para los museos: (El Código de Deontología Profesional fue aprobado por unanimidad en la 15a Asamblea General del ICOM que se celebró en Buenos Aires, Argentina, el 4 de noviembre de 1986, modificado en 2001 y revisado en octubre 2004 en Seoul, (Corea)).

El Código de Deontología para los Museos constituye un instrumento de autorregulación profesional en un ámbito fundamental de los servicios públicos, en el que las legislaciones nacionales varían considerablemente y distan mucho de ser coherentes. Establece normas mínimas de conducta y desempeño del cometido profesional a las que pueden aspirar razonablemente los profesionales de los museos del mundo entero, enunciando a la vez lo que el público tiene derecho a esperar de éstos.

Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial (París, 17 de octubre de 2003)

Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural (Celebrada en París del 17 de octubre al 21 de noviembre 1972)

Declaración de Quebec. (Principios Básicos de una nueva museología)

La cual habla sobre la necesidad de instar a los poderes públicos para que reconozcan y ayuden al desarrollo de las iniciativas locales, facilitando la aplicación de estos principios, “Ecomuseos/ Museos Comunitarios”.

10.8 Inlining

Es el proceso por el cual se exhibe, muestra o presenta un archivo gráfico en un website a pesar de que dicho gráfico o imagen se origina y está presente en otro.

El proceso de inlining se da cuando un usuario, desde la dirección URL donde se encuentra, puede observar material gráfico y textual de otro lugar sin tener que acceder directamente con una URL diferente a la que ya tiene en su monitor.

Legalmente, una página que haga uso de inlining no contiene directamente las obras que se presentan, lo cual implica que no se está efectuando una reproducción, sin embargo resulta controvertible pensar si el enlace realizado ésta violando de alguna manera la propiedad intelectual del creador y del sitio web donde originalmente reposa la imagen o texto presentado.

La legislación colombiana, así como la de la mayoría de naciones en el mundo reconocen los derechos básicos a los autores para cuidar de la reproducción de sus obras, los trabajos derivados, la distribución pública de los mismos y su ejecución o representación en público.

10.9 Framing

Un frame es lo que podemos llamar marco, lo cual es una división de la pantalla en varias partes los cuales presentan contenidos de diferentes lugares

El usuario tiene permanencia en la URL que ha ingresado pero puede acceder a contenido gráfico y textual de otro lugar en el frame o marco. Uno de los problemas que ha causado mayores críticas a este modelo es su carácter ético pues en la mayoría de los casos el usuario no es consciente de que el contenido que está visualizando pertenece a otra URL.

Las páginas o sites están protegidas por las leyes de derechos de autor y dependerá de la legislación pertinente de cada país, definir qué derechos le asisten para la protección de su obra.

La legislación Colombiana (ley 23 de 1982 y ley 44 de 1993) deja en claro que el autor de toda obra adquiere protección por el hecho de la creación de su obra.

Esa protección le confiere derechos patrimoniales y morales sobre la obra y dentro de estos últimos se encuentran los siguientes:

- 1) Reivindicar en todo tiempo la paternidad de su obra y, en especial, para que se indique su nombre o seudónimo cuando se realice cualquiera de los actos mencionados en el artículo 12 de esta Ley;
- 2) A oponerse a toda deformación, mutilación u otra modificación de la obra, cuando tales actos puedan causar o causen perjuicio a su honor o a su reputación, o la obra se demerite, y a pedir reparación por éstos;
- 3) A conservar su obra inédita o anónima hasta su fallecimiento, o después de él cuando así lo ordenase por disposición testamentaria;
- 4) A modificarla, antes o después de su publicación;
- 5) A retirarla de la circulación o suspender cualquier forma de utilización aunque ella hubiese sido previamente autorizada. De esta forma el autor tiene el derecho a proteger su obra contra el plagio y la deformación de su estructura inicial.

Es necesario seguir esta serie de recomendaciones al crear una página web:

- 1) no crear marcos sin contar con autorización previa
- 2) avisar a los usuarios que el contenido visualizado pertenece a otra dirección URL
- 3) Es aconsejable que redacten los avisos legales pertinentes

10.10 Linking

Si la interactividad es la característica definitoria de la Internet en general, la vinculación es la característica definitoria de la Web en particular.

Linking es el tipo más común de enlace externo que lleva a la página de inicio o página principal de otro sitio web. Sin embargo, algunos enlaces no son tan apreciados. Algunos sitios web no realizan el enlace a la página principal de otro sitio, pero sí a una imagen o texto dentro de él, y hace que parezca como si el contenido perteneciera a la URL desde donde se navega. Estos son normalmente denominados como enlaces directos o enlaces en línea, y su uso a veces se percibe como un plagio.

Se considera un plagio o robo cuando el sitio Web hace este tipo de vinculación sin permiso y muchas veces sin dar crédito a la página enlazada. También es considerado robo,

ya que aumenta el uso de los sitios vinculados y, posiblemente, sus costes de mantenimiento sin proporcionarle beneficios. También puede ser una violación de derechos de autor.

Si el link se realiza con autorización y con los créditos respectivos, esta práctica resulta muchas veces beneficiosa para las páginas que se intercomunican ya que genera más visitas

11. Plan de evaluación y seguimiento

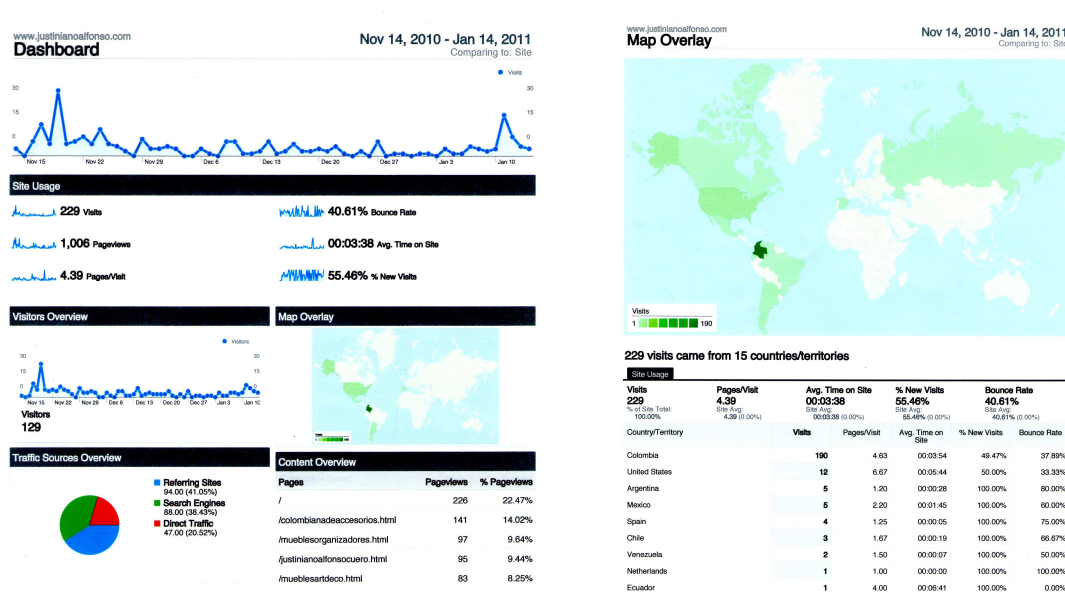
Siguiendo la línea virtual que se ha propuesto, el plan de evaluación y seguimiento se formula a través de un registro mensual de las estadísticas ofrecidas automáticamente por Google Analytics. Dichas estadísticas ofrecen un panorama completo del éxito de la página en la web, de acuerdo a la medición de los siguientes ítems:

Grafica 9:

Site Usage	Visits
	Pageviews
	Bounce rate
	New visits %
Traffic Sources Overview	Referrin sites %
	Search engines %
	Direct Traffic %
Content overview	Keywords
	Pages
	Pageviews
Visitors Overview	Visits
	Absolute unique visitors
	Pageviews
	Average Pageviews
	Tiem on site
	Bounse Rate
Technical profile	Browser
	Visits
	%visits
Map Overlay	

Google analytics identifica el movimiento de estos elementos, calcula porcentajes, hace comparaciones mensuales de la eficiencia de la optimización web y a diario presenta un informe de seguimiento de acuerdo con las estrategias implementadas. Mensualmente, google analytics arroja un consolidado estadístico como el presentado a continuación:

Grafica 9:



A partir de este consolidado se realiza la evaluación sobre los resultados obtenidos de acuerdo a las estrategias de optimización web y marketing online efectuadas mensualmente.

12. Presupuesto general

A continuación se presentan todas las tareas previstas para la ejecución del proyecto. En el cuadro de presupuesto general se hace explícito el costo del proyecto mensual y proyectado a un año de ejecución.

PRESUPUESTO GENERAL					
MUSEO VIRTUAL DE ARTES Y OFICIOS					
		Cant	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
	Inversión				

	Equipos y materiales				
1	computador	1	2.000.000	2.000.000	2.000.000
2	software libre	1	0	0	0
3	escaner	1	320.000	320.000	320.000
4	impresoras	1	276.000	276.000	276.000
5	Memorias de un tera	2	370.000	740.000	740.000
6	Cámara digital	1	1.199.000	1.199.000	1.999.000
7	Pantallas LCD 19"	2	290.000	580.000	580.000
				Subtotal	5.915.000
	Insumos				
8	Resma de Papel	1	11.000	11.000	132.000
9	toner Blanco y negro	2	18.000	36.000	432.000
10	Toner Color	2	24.000	48.000	576.000
11	CDS	15	500	7.500	90.000
				Subtotal	1.230.000
	Muebles y enseres				
12	Escritorio	1	500.000	500.000	500.000
13	sillas	4	70.000	280.000	280.000
14	Estantes	1	210.000	210.000	210.000
15	Archivador	1	120.000	120.000	120.000
16	Papelera	1	45.000	45.000	45.000
17	Teléfono	1	48.000	48.000	48.000
				Subtotal	1.203.000
	Personal				
18	Creativo	1	1.600.000	1.600.000	19.200.000
19	Investigador	1	1.600.000	1.600.000	19.200.000
20	Programador	1	1.600.000	1.600.000	19.200.000
				Subtotal	57.600.000
	Gastos Generales				
21	Arriendo oficina	1	680.000	680.000	8.160.000
22	Administración	1	78.000	78.000	936.000
23	Depreciación			57.483	689.800
	Servicios públicos			-	-
24	Agua	1	53.000	53.000	636.000
25	Luz	1	40.000	40.000	480.000
26	Servicio internet wi-fi- Teléfono	1	120.000	120.000	1.440.000
27	Mantenimiento y reparaciones	1	150.000	150.000	150.000
28	Hosting y dominio	1	450.000	450.000	450.000
				Subtotal	12.941.800
				TOTAL	78.889.800

Depreciación	Valor	Años de depreciación	Total depreciación anual
Equipo de computo	2.000.000	5	400.000
Cámara digital	1.199.000	5	239.800
Escritorio	500.000	10	50.000
Total depreciación anual			689.800

TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)	
INVERSION INICIAL	(30.000.000)
INGRESO MES 1	-
INGRESO MES 2	2.500.000
INGRESO MES 3	10.500.000
TOTAL TIR	(25,59)

**Flujo de caja mensual
MUSEO VIRTUAL DE ARTES Y OFICIOS**

MES 1	
Ingresos	
Efectivo Donacion inicial	30.000.000
Egresos	
Costos variables	
Compra Muebles y enseres	1.203.000
Compra de equipos y materiales	5.535.000
Costos fijos	
Arriendo	680.000
Administración	78.000
Servicios públicos	213.000
Insumos	102.500
Salarios	4.800.000
Total egresos	12.611.500
Saldo fin de mes	17.388.500

El Efectivo Donación inicial se considera como aporte industrial de los socios creadores.

MES 2	
Efectivo Inicial mes	17.388.500
Ingresos	
Sponsor	2.500.000
Total ingresos	2.500.000
Egresos	
Costos variables	
Hosting	450.000
Costos fijos	
Arriendo	680.000
Administración	78.000
Servicios públicos	213.000
Insumos	102.500
Salarios	4.800.000
Total egresos	6.323.500
Utilidad	13.565.000

Mes 3	
Efectivo Inicial mes	13.565.000
Ingresos	
Sponsor	3.000.000
Pauta publicitaria	7.500.000
Total ingresos	10.500.000
Egresos	
Costos variables	
Compra pantalla LCD 19	290.000
Costos fijos	
Arriendo	680.000
Administración	78.000
Servicios públicos	213.000
Insumos	102.500
Salarios	4.800.000
Total egresos	6.163.500
Utilidad	17.901.500

13. Bibliografía

- Atencia, Pedro (2009). Los museos virtuales de bellas artes: nuevos instrumentos para la enseñanza-aprendizaje de la educación plástica y visual. España.
- Balerdi, Ignacio Díaz (2002). ¿Qué fue de la museología? El caso de Quebec. Antígrama, número 17. España, 2002
- Cabero, Julio (1998). Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones, en Lorenzo, m. y otros (coords): Enfoques en la organización y dirección de instituciones educativas formales y no formales, granada, grupo editorial universitario: 197-206.
- DeCarli Georgina (2004). Vigencia de la nueva museología en América latina: conceptos y modelos. Revista ABRA de la facultad de ciencias sociales de la Universidad Nacional. Editorial EUNA, Costa Rica.
- Hernández Hernández, Francisca (1998). Manual de museología. Editorial síntesis. España.
- Hernández Hernández, Francisca (2006) Planteamientos teóricos de la nueva museología. Editorial Trea. España.
- Hurtado de Barrera, Jacqueline (2000) Metodología de la Investigación Holística. Sypal, Caracas, Venezuela.
- Jackson, Michael C (2003), Pensamiento sistémico: Holismo creativo para gerentes. Universidad de Hull, Reino Unido.
- Juárez Gallego, Manuel (1993). La cultura del ocio y su función de cambio social hacia el final del siglo XX. Revista complutense de educación. Vol 4. Ed Universidad complutense de Madrid.
- Rodríguez Sánchez, Keilyn (2002). Aporte de la nueva museología española al museo de los niños de Costa Rica. Actualidades investigativas en educación. Julio – diciembre. Volumen 5. San José de Costa Rica
- Rodríguez, K (2000). Programa de visitas autoguiadas para el museo de los niños. Proyecto de graduación para optar al grado de licenciada en ciencias de la

educación con énfasis en administración de programas de educación no formal.
Costa Rica: Universidad de Costa Rica

- UNESCO (2009). Las tecnologías de la información y la comunicación en la formación docente. Guía de planificación, MONTEVIDEO Uruguay.
- Velasco Gómez, Ambrosio (2000), El concepto de Heurística en las ciencias y las humanidades, siglo XXI Editores, Mexico.

Sitios web

http://www.business.mmu.ac.uk/mascla/docs/JacksonHolismo_creativo_para_gerentes.pdf

Consultada el viernes 4 de febrero de 2011

<http://www.eumed.net/libros/2008c/464/LA%20EDUCACION%20HOLISTICA.htm>

Consultada el miércoles 3 de febrero de 2011

<http://www.eumed.net/rev/cccss/0712/rcs4.htm>

Consultada el miércoles 3 de febrero de 2011

http://www.tdr.cesca.es/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-1217104-141705/mrg1de1.pdf

Consultada el miércoles 3 de febrero de 2011

<http://abiertoelespaciolibros.blogspot.com/>

Consultada regularmente durante el semestre.

<http://132.248.9.1:8991/hevila/TereRevistadefilosofiaysociopoliticadelaeducacion/2007/vol3/no5/6.pdf>

Consultado el 6 de febrero de 2011

14. Índice de gráficas

PAG

Grafica 1: Rodriguez k (2000) museo tradicional-museo virtual.....	19
Grafica 2: Hurtado de Barrera(2000) ciclo holístico de continuidad.....	22
Grafica 3: M. Jackson. Triangulo fortalecido del modelo heurístico.....	26
Grafica 4: líneas de acción del Proyecto.....	29
Grafica 5: fases del Proyecto.....	30
Grafica 6: proceso lineal de diseño de la web.....	31
Grafica 7: Actividades de diseño	31
Grafica 8: servicios.....	36
Grafica 9: Items de evaluación y seguimiento (google analytics)	47
Grafica 10: Imagen de consolidado estadístico (google analytics)	48