Reseñas

BEGOÑA GUTIÉRREZ

Hipercultura visual. El reto hipermedia en el arte y la educación
COLORADO CASTELLARY, A.
Madrid: Editorial Complutense. 1997

El presente libro es el resultado de un trabajo de investigación llevado a cabo por el autor tras una beca de colaboración solicitada para realizar dicho trabajo en la Univerdidad de California en Santa Cruz.

Tras una documentada justificación y diversificación de lo que por Multimedia se entiende, a través de explicar lo es un Hipertexto, un Hipermedia, un Multimedia y la interactividad que pueden sustentarlos, se introduce de lleno en el estudio planteado de dichos materiales aplicados a la Historia del Arte y en definitiva a la enseñanza de dicha asignatura a través de las nuevas fuentes documentales aportadas por un soporte innovador como es el estudiado.

El desarrollo argumental parte de la premisa básica de que el arte está fundamentado en la cultura visual, con unas necesidades y una función de comunicación.

La contemplación de la obra de arte ha de ser concebida como un todo a través de una simbiosis entre contenido y forma, provista de un carácter histórico y de un lenguaje propio. El planteamiento del análisis está estructurado a través de las pautas dadas por Panofsky y los estudios de la "Iconografía".

La relación ente hipermedia y obra de arte, la establece a través de diferentes parámetros tales como el del almacenamiento de datos, el acceso inmediato a los inventarios, el conseguir una eficacia en la investigación.

Los factores fundamentales que plantea es que estamos ante una era en la que un nuevo lenguaje está comenzando a llenar el panorama contemporáneo, a través del cual el receptor puede actuar o más bien interactuar. Se pierde el concepto de lectura tradicional secuencial, para llegar a la interactiva. El sujeto puede a través de la navegación, acceder al conocimiento planteado inicialmente. El cambio lo introduce el soporte o formato que utiliza el emisor para llega al receptor o usuario.

A través de las autopistas de la información, se está gestando un cambio sustancial abocando a los que queden al margen, a un nuevo tipo de analfabetismo.

El hipermedia supone una renovación de los conceptos tradicionales narrativos, estéticos y una nueva forma de comunicación.

Los materiales realizados en este nuevo soporte se caracterizan generalmente por una búsqueda de las formas en detrimento de los contenidos, que resultan pobres, y a la larga son escasamente interactivos, por lo que para conseguir un programa que funcione habrá que establecer un contacto estrecho entre distintos elementos; expertos en *software,* en comunicación audiovisual y en el tema que se vaya a desarrollar en el hipermedia.

Vivimos en una sociedad eminentemente marcada por el ámbito de la imagen, siendo motivo de investigación por parte de todo tipo de expertos; antropólogos visuales, especialistas en la comunicación audiovisual y ante todo, por haber sido los que desde siempre se nutrieron de dicho ámbito, de los historiadores del arte.

El papel del historiador del arte tiene "un bagaje teórico de gran calado y cuenta con diversas metodologías que se han dado a lo largo de la formación de

nuestra disciplina. Por estas razones quizás sea el que mejor dotado esté para ser capaz de analizar el impacto del hipermedia en el campo de la cultura visual"

Según cita Scott Bell "en nuestra educación necesitamos formar graduados que no solamente tengan una fuerte base en historia del arte y en estudios museológicos, sino que también estén muy versados en la planificación de la estrategia institucional, la tecnología digital, el diseño de bases de datos y, por supuesto, en la herramienta hipermedia", como sucede en su Universidad (Long Beach State University) en la que están implicadas estas disciplinas en el plan de estudios.

Colorado insiste apoyando esta tesis, en la justificación y el sentido que tienen el introducir los hipermedia como instrumento de comunicación ya que si pensamos que la historia del arte es el estudio de la historia de la imagen, permite una incursión interactiva en la comprensión de la obra visual.

Puede ser posible que estemos ante un cambio sustancial en la forma de acceder a los contenidos, de manera tal que el usuario pueda alcanzar los conocimientos y la información sin esquemas previos.

Otras características que atesora el hipermedia pueden ser las siguientes; el tener un carácter antiautoritario, el romper la polémica existente entre lo visual y lo textual, el que cada uno presenta un peculiar tratamiento sin que ninguno de ellos sea subsidiario.

A través del hipermedia se consigue desmitificar el fenómeno que vincula al objeto artístico a la museística. Saca de su contexto la concepción clásica de almacenamiento vinculado desde tiempo atrás al museo, incorporando la obra de arte a la categoría de objeto de comunicación visual.

Al facilitar una comunicación interactiva entre el usuario y el artista, lleva al receptor a entrar en contacto con la fase creativa íntima del autor. El usuario asiste a la motivación que impulsó su configuración, liberando a la obra de arte de los condicionamientos del entorno creativo.

Colorado apuesta por el hipermedia entre otros motivos porque hace el estudio de la cultura visual más amena. Es un nuevo medio narrativo, que aporta un nuevo y propio lenguaje, con una mecánica comunicativa de integración de medios.

Enriquece el estudio de la historia del arte porque cuestiona los métodos anquilosados y obliga a su renovación, prolongándose como medio artístico en sí mismo.

Y finalmente este autor aporta una minuciosa documentación de Museos en Intenet pertenecientes a varios países.