

Patrimonio universitario, patrimonio virtual

University heritage, virtual heritage

JULIA DÍAZ REDONDO

LICENCIADA EN HISTORIA DEL ARTE. ASISTENTE TÉCNICO DEL SERVICIO EDUCATIVO.
MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA

Resumen

En este artículo se pretenden mostrar las posibilidades que ofrecen los llamados museos virtuales a la hora de dar visibilidad al patrimonio de las universidades. Este tipo de fondos, que en algunos casos son presentados a través de soluciones museológicas y en otros son simplemente clasificados como “colección”, soportan una serie de dificultades para desarrollar las funciones básicas de un museo convencional. Diferentes entidades, tanto dentro del panorama español como a nivel internacional, han intentado remediar esta situación acometiendo iniciativas concretadas en formato virtual, así como a través de novedosas políticas de integración virtual de sus colecciones. En este artículo se destacarán algunas de ellas, analizando las aportaciones que hacen al conjunto del patrimonio global.

Palabras clave: Museos y colecciones universitarias, museos virtuales, patrimonio universitario, visibilidad.

Abstract

This article intends to show all the possibilities that the so called virtual museums offer when displaying universities' heritage. These types of collections, which sometimes are presented in a standard museum format and other times, are classified as “general collections”, are experiencing a series of difficulties to fulfill the function of a conventional museum. Different institutions in both Spanish and International contexts have dealt with this situation undertaking specific initiatives in virtual format and also through new policies of virtual integration on their collections. In this article, we will highlight some of them, analyzing their contributions to global heritage

Key words: museums and university collections, virtual museums, university heritage, visibility.

1. INTRODUCCIÓN

Una parte importante del patrimonio mundial está relacionado con el trabajo científico que se genera en los ámbitos de la enseñanza superior vinculados a ramas muy diversas del conocimiento. Se trata de un patrimonio que se encuentra todavía hoy en un terreno indefinido a pesar de la voluntad de los centros universitarios y de las comunidades a los que está ligado. Esto se debe, en gran medida, a que no está enmarcado dentro de unos protocolos claros o normativas bien definidas, ni a nivel nacional ni internacional.

Según lo que podemos extraer de las políticas institucionales provenientes del Comité de ministros del Consejo europeo y del UMAC (University Museums and Collections, comité específico del International Council Of Museums para los Museos y colecciones universitarios), la única regulación relacionada con el patrimonio universitario tiene carácter recomendatorio. En estas recomendaciones, encontramos definiciones de lo que supone el patrimonio universitario, estipulado como «el conjunto del patrimonio material e inmaterial ligado a los establecimientos, organismos y sistemas de enseñanza superior, así como a las comunidades universitarias y al entorno social y cultural en el que se inscribe este patrimonio». Asimismo, se entiende como patrimonio de las universidades:

El conjunto de los vestigios materiales e inmateriales de las actividades humanas ligadas a la enseñanza superior... una reserva de las riquezas acumuladas relacionadas con creencias, valores y resultados con una función social y cultural, transmisores de saber y relacionados con la innovación (Conseil de l'Europe. Comité de Ministres, 2005).

Sin embargo, no existe un trabajo institucional ni normativo concreto que lo vincule con fórmulas o políticas museológicas que puedan enmarcarlo en un lugar determinado dentro de la sociedad. Este maremágnum de indefiniciones ha generado, a lo largo de los años, una disparidad de iniciativas para dar solución al tratamiento de este tipo de patrimonio. Así encontramos que, en lo que respecta a los círculos universitarios, las distintas universidades que los conforman han creado sus particulares espacios para almacenar, conservar, y en el mejor de los casos, exponer y difundir sus fondos dentro de sus posibilidades. Al mismo tiempo, la vinculación de estos fondos a departamentos universitarios, facultades universitarias y otros organismos universitarios independientes entre sí, ha generado multitud de acciones

espontáneas e inconexas, impidiendo la realización de un proyecto globalizado que marque una entidad común a todas las iniciativas dentro de una misma universidad.

Este es uno de los motivos por los que las colecciones y museos universitarios españoles se han visto relegados al oscurantismo dentro de las mismas comunidades universitarias, pero también dentro del panorama museístico nacional e internacional. Sin visibilidad, estas iniciativas particulares, en gran número surgidas por el interés individual de profesores universitarios, no son recogidas, protegidas ni promocionadas, ni por las políticas de los gobiernos universitarios ni por las normativas del gobierno estatal o de las Comunidades Autónomas.

El resultado es un panorama heterogéneo de colecciones patrimoniales de alto valor investigador, científico y cultural que pueden encontrarse en muy diferentes estadios. En primer lugar, pueden encontrarse almacenadas a la espera de un proyecto museológico que las haga cobrar vida; en segundo lugar, pueden pertenecer a un proyecto incompleto o, finalmente, pueden encontrarse integradas en un proyecto resuelto de manera precaria. A ello se le añaden otras numerosas problemáticas derivadas del abandono institucional, de entre las cuales, el problema presupuestario supone el epicentro.

A pesar de que las dificultades que acarrea la tipología de museo universitario continúan existiendo, el panorama se encuentra en evolución gracias al impulso que provocó el nacimiento del UMAC en la Trienal conferencia del ICOM (International Council Of Museums) del año 2000 en Barcelona. Desde entonces y de forma más generalizada, hemos podido asistir al intento de muchos museos y colecciones universitarias por salvar sus propios obstáculos aplicando nuevas estrategias para garantizar su supervivencia.

Aquí es donde entra en acción el papel de los museos virtuales, fórmula emergente que logra resolver la invisibilidad, enfermedad endémica dentro de los museos y colecciones universitarias. La opción museológica de la entidad virtual, más allá de las resistencias y escepticismos que suscita entre los sectores más tradicionales de la museología, no es otra cosa que la materialización de la siguiente recomendación del UMAC: «The existence of the collection should be made public and the needs of visitors (in person or by virtual means) facilitated, especially in regard to research and/or publish material in the collection» (UMAC, 2002)

2. PATRIMONIO UNIVERSITARIO. PROBLEMÁTICAS

Si nos centramos en las problemáticas generalizadas que existen en el ámbito del tratamiento del patrimonio universitario, y siendo conscientes de la existencia de casos particulares que no seguirán esta tendencia, vemos que la mayoría de colecciones y museos universitarios están faltos de una identidad definida. A este grave problema se unen otros, como la inexistencia de un tratamiento estadístico real sobre las colecciones, la falta de personal específico indispensable para el desarrollo de las funciones de un museo convencional, la carencia de criterio museográfico y finalmente la escasez de medios económicos (Alfageme y Marín, 2006, p. 268).

Sin embargo, como ya hemos introducido, uno de los problemas más urgentes es el de la visibilidad. Esto es así hasta el punto de que los propios profesionales de esta tipología de museos y colecciones, desconocen a sus colegas en otros centros. Es sencillo comprobar tanto fuera como dentro del ámbito universitario el desconocimiento sobre qué es un museo o colección universitaria, siendo muy común que en las propias facultades a las que pertenecen incluso se ignore su existencia (Marco Such, 2002, p. 61). Esta situación de invisibilidad se agudiza una vez sobrepasados los muros de las universidades, por lo que estos baluartes del más alto conocimiento científico y cultural son postergados y marginados del escenario general de la difusión patrimonial y educativa.

En los últimos años, hemos asistido a una mejora de esta situación gracias al interés mostrado por muchos especialistas del mundo de la museología¹, que, en el territorio español y a partir de la creación del UMAC, han empezado a desplegar acciones para fomentar la visibilidad, estudio y puesta en valor de este tipo de entes patrimoniales. A pesar de no tener aún la trascendencia que deberían, se han sucedido estrategias y actuaciones en forma de publicaciones, congresos² e incluso declaraciones oficiales³, para crear redes

¹ Véase la publicación monográfica del 2008 de la Asociación Española de Museólogos sobre colecciones y museos universitarios (Asociación española de Museólogos, 2008).

² En el mes de mayo de 2011, tuvo lugar el IV Curso de Museología de la Universidad de Valladolid bajo la temática *Colecciones y Museos universitarios en la Península Ibérica*.

³ El 11 de enero de 2008, los rectores de 10 universidades españolas firmarían la *Declaración de Salamanca sobre el patrimonio histórico-cultural de las universidades* disponible en siguiente enlace del UMAC: <http://publicus.culture.hu-berlin.de/umac/otherdocuments>

que puedan conectar a los agentes implicados en los museos y colecciones universitarias.

Al llegar a este punto, es interesante resaltar las iniciativas que se han desarrollado en algunos de los 57 museos o colecciones que existen en el territorio español según el UMAC. Éstos, que pertenecerían a un total de 23 universidades, dispondrían de edificio propio tan sólo en un 20% de los casos. A esta carencia se añaden otras, como la falta de una plantilla de educadores en los casos en los que existe un personal definido y designado de forma oficial. De ahí el horario restringido de la mayoría de estos museos y colecciones o, en el peor de los casos, la imposibilidad de su apertura al público.

Aquí habría que hacer una diferenciación entre los tipos de público de estos museos. En primer lugar, existiría un sector especializado y científico y el más asiduo a las colecciones y museos de las universidades. No suele ser muy masivo y generalmente establece sus visitas a los fondos de manera directa con el personal encargado del museo, a razón de llevar a cabo alguna investigación muy específica.

En segundo lugar, existiría un público vinculado a la comunidad universitaria que rodea al museo o colección, y, finalmente, al público en general. Ambos tendrían limitado el acceso y la realización de visitas, ya que al museo, ante la falta de personal y presupuesto, le resulta imposible llevar a cabo estas actividades bajo un programa permanente. Como ya hemos comentado, es muy común que dentro del porcentaje de museos que cuentan con edificio propio o lugar físico donde desarrollar sus discursos y actividades, un buen número se encuentren cerrados al público. Por tanto, uno bien puede imaginarse qué sucederá en el caso de aquellas colecciones que ni siquiera tienen un espacio físico expositivo.

A partir de estas dificultades, algunos responsables de museos universitarios han tenido que elegir entre caer finalmente en el olvido, lo que supone la pérdida de importancia en la comunidad científica, museológica e institucional, o, por el contrario, buscar fórmulas alternativas para seguir existiendo.

3. BÚSQUEDA DE VISIBILIDAD. LA VIRTUALIDAD

Ya hace bastantes años, algunos museos de manera autónoma desdoblaron su personalidad y crearon su propia identidad virtual. Véase el caso del

MUPAI (Museo Pedagógico de Arte Infantil) de la Universidad Complutense de Madrid, que, habiendo pasado escasos tres años de la comercialización de Internet⁴, supo aprovechar la potencialidad de este recurso con una gran visión de futuro. Para ello, los responsables del museo tuvieron que sopesar las ventajas de difusión y presupuestarias que conlleva el establecimiento de una presencia digital a través de la World Wide Web. En ese primer momento ningún museo, y aquí nos hemos de referir no solamente a los de titularidad universitaria o del ámbito español, estableció más que lo que podemos denominar como una página 1.0. La aplicación de esta modalidad de web, siendo exclusivamente informativa y unidireccional, era un paso claro hacia la resolución de las problemáticas que ya desde entonces asolaban a muchos museos, especialmente los del ámbito universitario.

Aquí hay que matizar que una identidad virtual para un museo, ya sea de tipo elemental (1.0 o folleto electrónico) o a través de soluciones más avanzadas (indiferentemente denominadas todas como *museo virtual*⁵ a pesar de su disparidad) no es la suplantación de la personalidad del museo físico. Justamente al revés, el museo virtual debe funcionar como complemento al museo físico, dirigir el público hacia él o proporcionarle una identidad independiente que jamás lo sustituya.

Por estas razones, generalmente, se rechaza la fórmula de la simple traslación de lo material a lo virtual, es decir, el intento de ofrecer una copia de una realidad museológica existente. Es más, las fórmulas de museos así resueltas no suelen ser aceptadas de manera consensuada, ni por especialistas en museos, ni por especialistas en web y nuevas tecnologías aplicadas a la museografía.

4 El MUPAI de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Complutense de Madrid comenzó la primera fase de actuación de su presencia virtual en 1996 (Cofán Feijóo, 2003, p. 37).

5 Entre las soluciones más avanzadas, encontramos las que Carreras Monfort (2004) propone: 1. «Reconstrucción física del centro», definida como «copia virtual idéntica del edificio del Museo, así como la disposición de sus contenidos en la exposición»; 2. «Verdaderos interactivos» definidos como «recursos hipertextuales que son complementarios y prolongaciones de los contenidos presenciales que se ofrecen en el Museo»; y, finalmente, 3. «Grandes bases de datos on-line» tratándose de «una imagen del objeto, en diferentes resoluciones, junto a una ficha explicativa, y aplicaciones multimedia si fuesen necesarias».

Para Bellido Gant (2001), habría que diferenciar entre *museo digital*, tipología que responde al diseño informático de museo que acoge obras realizadas a partir de técnicas digitales, y *museo virtual*, tipología que responde al diseño informático de un museo que acoge piezas existentes en la realidad física o material, independientemente de que responda a una reproducción mimética de sus recorridos o no, e independientemente de que se difunda exclusivamente la colección del museo o se difunda una reunión virtual de piezas diseminadas de diferentes procedencias.

Ahora bien, esto no significa que el museo virtual no deba desarrollar discursos paralelos al museo real, pues una de sus mejores cualidades es que, por medio de la web, podemos materializar ideas, experiencias y actividades que, a partir de otras fórmulas, sería imposible como es el caso de la contextualización de objetos a través de la realidad virtual (Carreras, 2004, p. 8).

Este rechazo en los círculos especializados a la reconstrucción literal del centro físico y la disposición literal de sus contenidos ha sido argumentado de muchas maneras. De entre todos los argumentos, quizá el que significativamente tenga más peso es el que lanza Loverance al advertir del peligro de reproducir en el plano virtual contenidos estáticos de los cuales muchos museos, en el plano físico, han tardado en poder desprenderse (Carreras Monfort y Munilla Cabrillana, 2005, p. 30). O lo que es lo mismo, la problemática del mimetismo de las limitaciones museográficas trasladado al mundo virtual.

En el caso de los «grandes museos», todas estas matizaciones y valoraciones han de sopesarse indudablemente, pero, en el caso de museos más humildes en infraestructuras y medios, el planteamiento de partida no puede ser el mismo. Porque ¿qué hacer en un museo universitario que, en ocasiones, no puede disponer ni de un espacio físico? En estos casos, parece cobrar mayor sentido la elaboración exclusivamente virtual de una realidad expositiva y educativa que logre solventar las problemáticas particulares.

Muchas de estas dificultades son compartidas por museos de ámbitos geográficos diversos con situaciones dispares. Es el caso del MUVA (Museo virtual de las Artes de Uruguay) al que su comisaria Alicia Haber presenta como un ejemplo en el que, si bien la identidad virtual no resuelve sus problemas de base, sí supone un medio alternativo para reportar mayor visibilidad. El interés de este proyecto museológico reside en cómo los museos de países de cultura periférica, pueden trabajar nuevas estrategias hacia un desarrollo y crecimiento cultural gracias a la expansión hacia otras esferas como Internet (Haber, 2006, p. 2). El poder democratizador e igualitario de la Red permite la creación de un lugar disponible para cualquier entidad cultural sea cual sea su peso económico y su influencia en el «mainstream». De esta manera y a través de la identidad virtual, son posibles los espacios de visibilidad de pequeñas entes minoritarias en el mundo globalizado.

4. ALGUNAS CARACTERÍSTICAS Y VENTAJAS A TENER EN CUENTA EN LA FORMACIÓN DE UN MUSEO VIRTUAL

En primer lugar, respecto a la conservación del patrimonio, vemos cómo la colección del museo virtual, que, en la mayoría de los casos, parte de una colección física de objetos, se ve favorecida de forma directa o indirecta. El efecto primero de su presentación en la Red es el incremento y mejora del interés por su conservación y preservación. Al mismo tiempo, se produce el desarrollo y revisión de su catalogación, ordenada en argumentos científicos y en relación al dominio o disciplinas científicas a las que se encuentre vinculada.

En segundo lugar, vemos implementada la función básica del museo como lugar de estudio y generador de investigaciones en torno al patrimonio que conserva. La virtualidad supone un punto de inflexión en la mejora de los aspectos cualitativos y cuantitativos de accesibilidad a su estudio e investigación. Además, el establecimiento de una identidad virtual favorece la creación de redes de colaboración con centros I+D, como las universidades, así como la agilización de esas relaciones, que constituyen una fuente indispensable para el desarrollo de tecnologías y creación de contenidos en los entornos museísticos.

En tercer lugar, habría que analizar las posibles ventajas de la virtualidad en torno a la cuestión del público y de la difusión en los museos. A pesar de que puede parecer obvio que la mera presencia de un contenido *on-line* favorece su divulgación, en la comunidad de museólogos no existe un verdadero consenso. Las posiciones son diversas a la hora de valorar la capacidad de un museo virtual para crear situaciones emotivas y cognitivas reales en las personas que puedan favorecer el interés del público.

Según Blais, director en el año 2003 del RCIP (*Réseau canadien d'information sur le patrimoine*), esto es posible a diversos niveles, siempre y cuando las exposiciones virtuales adopten estándares necesarios de calidad en cuanto al establecimiento preciso de objetivos desde donde partir. Estas medidas, unidas a la simplicidad en su concepción, al tratamiento emotivo de los temas, a la preocupación por el usuario, al uso adecuado de las tecnologías así como al establecimiento de una navegación sencilla e intuitiva por el entorno virtual favorecerán la creación de esas situaciones.

El museo virtual es un catalizador de contenidos, propuestas, relaciones de ideas y significados enfocados al diálogo con el público. La influencia del usuario en él es mucho más fuerte que en el caso de los museos físicos, pues, en estos últimos, la idea de museo como contenedor exclusivo o lugar de conservación y sacralización de «piezas únicas» sigue teniendo un gran peso. Por el contrario, podríamos decir que el sentido único de la existencia del museo virtual es la divulgación del conocimiento y el servicio a sus usuarios. Un público, ahora más diversificado gracias a la idiosincrasia de Internet, que invita a los responsables del museo a tomar estrategias diferentes a la hora de proponer temas de exposición o programas educativos. Sin duda la globalización de los visitantes exigirá, a partir de este momento, tener muy en cuenta a la hora de establecer contenidos, las heterogéneas fórmulas de comprensión del mundo de las personas que lo componen.

Otra característica novedosa que aporta la virtualidad museológica es el acercamiento del contacto entre los usuarios-visitantes y los responsables de las instituciones museísticas. Esto sucede gracias a herramientas de interacción que se pueden integrar fácilmente en un museo virtual, tales como las redes sociales, el correo electrónico o los foros. A través de estos instrumentos, se ponen en funcionamiento algunas de las posibilidades de la tecnología 2.0, que, además de establecer contextos adecuados para la comunicación directa entre personas, es muy adecuada e interesante para el desarrollo de contenidos y de programas educativos. De esta forma, se establecen sistemas más adecuados para conocer la opinión y preferencias de los visitantes.

Consideremos ahora los beneficios de accesibilidad que supone la puesta a disposición *on-line* de un museo. Gracias a la virtualidad se puede tener el museo a un clic del ordenador, lo que significa un valor añadido para el conjunto de los usuarios, especialmente para aquellos que tienen dificultades de movilidad. Bellido Gant hace sobre este tema una interesante apreciación cuando afirma que el museo virtual proporciona «una disponibilidad constante que permite un mayor acercamiento: ya no dependemos de entradas, horarios, colas, problemas de transporte o cupos diarios. Desde nuestras casas podemos acceder en cualquier momento del día o de la noche al museo para visitarlo virtualmente, conseguir información del mismo o relacionarlo con bienes afines». A esto añade, sobre la difusión de contenidos, la ventaja de «la actualización continua de la información, al poder mantener unos datos fijos relacionados a la vez que modificar, ampliar o agregar datos y con-

clusiones que convierten a esa información en un elemento vivo y nunca caduco» (Bellido Gant, 2008, p. 187).

Por otro lado, podemos observar las aportaciones positivas al ámbito educativo de los museos, que se convierten en generadores de programas educativos a niveles más efectivos gracias a las facilidades que la digitalización proporciona a sus sistemas de información y gestión. A través del museo virtual, las posibilidades en torno a la contextualización de piezas se presentan como infinitas, generándose marcos donde explicar e interpretar de manera completa y ampliada las piezas de la colección, que se convierten de este modo en útiles pedagógicos.

Hay que añadir las amplias posibilidades que proporcionan las nuevas tecnologías para crear entornos de interacción e inmersión donde fomentar el trabajo colaborativo y el diseño de contenidos y actividades personalizado. Un entorno Web permite fácilmente crear alternativas diferentes dirigidas a múltiples públicos dejando paso a la creación de recorridos heterogéneos enfocados bien a públicos más amplios *broadcasting* bien a públicos más especializados *narrowcasting*. Igualmente existe la posibilidad de que el visitante genere sus propios recorridos, seleccione los elementos de su interés dentro del museo y finalmente redefina y establezca un museo a su propio gusto. Este tipo de soluciones, no son ciencia-ficción y ya se están llevando a cabo en algunos museos bajo el recurso de la denominada *Web Semántica* o *Web 3.0*⁶.

Finalmente, es interesante ver cómo, a través de la transición de los museos al entorno virtual, se produce una renovación de los diferentes campos profesionales que los componen. Tanto en la teoría como en la práctica de la ciencia museológica, la gestión y el trabajo de los profesionales de los museos es inevitable una evolución. Las estrategias se transforman, ya que el nuevo museo virtual no puede intentar emular al tradicional sino que ha de saber potenciar las posibilidades de las nuevas tecnologías y de Internet.

⁶ Un ejemplo de su aplicación tuvo lugar en la conferencia internacional *Museums and the Web* del año 2007. En ella se presentó *CHIP Project* una solución de tipo semántico para la presencia en red del Rijksmuseum Amsterdam. Para más información consultar Aroyo, Gorgels, Wang, Brussee, Rutledge y Stash, 2007.

5. SOLUCIONES VIRTUALES PARA MUSEOS Y COLECCIONES UNIVERSITARIAS

Volviendo a la problemática concreta de los museos y colecciones universitarios, encontramos que en el panorama español la adopción de una identidad virtual se ha resuelto bajo diferentes formas. Como ya se ha introducido anteriormente, existe el ejemplo pionero del MUPAI, al que, posteriormente, se han ido añadiendo otros museos con particularidades propias a la hora de elegir su presencia virtual en la Red. En este panorama heterogéneo, descubrimos que existe un predominio del modelo de folleto electrónico, meramente informativo, seguido por la modalidad de catálogo *on-line*.

Desmarcándose de estas soluciones, encontramos casos excepcionales como el del exclusivamente virtual UMUSEO de la Universidad de Murcia, que parte de la idea de crear un espacio expositivo donde reunir y difundir el patrimonio artístico de la universidad. Este museo, como tal, sólo existe en Internet, ya que carece de un edificio físico y la colección que allí se muestra es una reunión de todo el patrimonio artístico que actualmente se encuentra diseminado por la institución universitaria.

Es una idealización de lo que sería el museo si existiera un espacio material donde alojar todas las piezas, por lo que podríamos determinar que es la verdadera puesta en práctica del «museo imaginario» que proponía Malraux, pero a partir de los parámetros de las necesidades de la Universidad de Murcia.

Sin embargo la solución más completa de la integración virtual de las colecciones de una misma universidad es la del Museo Virtual de la Universidad de Barcelona (MUVB). Una universidad que, junto a la Universidad Complutense de Madrid, probablemente sea la institución universitaria española con mayor número de colecciones y museos del más alto nivel patrimonial, a lo que se suma un rico patrimonio inmueble ejemplificado en los Pabellones Güell de Antoni Gaudí.

Estas colecciones y museos sufrían de los mismos males que el resto de sus homólogos en otros puntos del territorio español: dispersión del patrimonio, desactualización de su documentación y catalogación, falta de visibilidad e inconexión expositiva. Ante la imposibilidad de llevar a cabo un proyecto de unificación del patrimonio bajo un mismo edificio físico por falta de medios

y de otros factores, se decide poner en marcha un museo virtual que vería la luz en 2010 y que solucionaría el principal problema, la existencia de un patrimonio de gran valor escasamente conocido (Cirlot, 2011, p.5).

Lo interesante del proyecto es que unifica y homogeneiza bajo una misma identidad corporativa todas las colecciones de la Universidad de Barcelona⁷ creando una red patrimonial. Asimismo materializa la ventaja primordial de un museo virtual, la posibilidad de reunir un patrimonio que se encuentra disperso en diferentes localizaciones físicas sin que se produzca una desvinculación física con los departamentos, facultades, investigadores y personal universitario que los demandan habitualmente.

Esta cuestión se presenta bastante delicada y problemática, pues como señala Weber sobre la unificación de las colecciones universitarias en un mismo edificio la desventaja de este enfoque es que los objetos tienen que dejar sus instituciones y no están tan disponibles, de manera conveniente, para la docencia y la investigación. Muchas veces, la falta de un fondo disciplinario fuerte implica que tampoco haya una relación cercana con los proyectos de investigación y las inquietudes del presente. Por lo tanto, en ocasiones es mejor mantener la colección en su contexto tradicional e intentar dar lugar a proyectos que, en sí mismos, tengan una base amplia y no requieran que los objetos abandonen las colecciones a largo plazo (Weber, 2006, p.111).

Por otro lado, la unidad virtual de las colecciones en una misma entidad favorece los planes de diseño de exposiciones, que, en el caso del MVUB, se desarrollan a través de una cuidada programación de carácter transversal. Ésta agrupa muy diferentes disciplinas del conocimiento correspondiéndose con las características científicas y culturales de cada colección de la universidad.

La tendencia parece que se está extendiendo en algunos contextos geográficos concretos como es el caso de Italia, donde encontramos el proyecto

⁷ Según Lourdes Cirlot (2011), las colecciones que integran el Museo virtual de la Universidad de Barcelona son nueve: Arte, Instrumentos científicos, Colección Sabater Pi, Litoteca de la Facultad de Geología, Colección del Centro de Recursos de Biodiversidad Animal (CRBA), Colección de la Biblioteca del Pabellón de la República, Fondo de Reserva de la Biblioteca, Herbario BCN, Museo de la Farmacia Catalana. Recientemente han ido incorporando la Colección de Bellas Artes y la Colección de Mineralogía. Están a punto de incorporarse nuevas colecciones como las de los legados del catedrático de Historia del Cine, Miquel Porter, y la del catedrático de Historia de la Música, Oriol Martorell.

POMUI (Portal Museums Italian) que actualmente se encuentra en su primera fase de desarrollo. La iniciativa parte del interés de integrar bajo un mismo portal Web todas las soluciones Web de los museos de diferentes universidades italianas. A partir de POMUI, cuyo origen está en la Università degli studi di Modena e Reggio Emilia, se pretenden resolver las problemáticas de invisibilidad de unos museos en progresivo desuso y abandono.

Esta respuesta al aislamiento de los museos universitarios italianos si bien no supone la creación de un museo virtual como el MVUB, sí que se puede considerar que está en una misma tendencia de estandarización que se está extendiendo en las instituciones museísticas de las universidades europeas. La reciente integración de las 14 colecciones y 14 museos universitarios de la Universidad Complutense de Madrid bajo un mismo portal es un ejemplo claro de ello. Esta actuación ha conseguido normalizar las modalidades virtuales de las 28 entidades complutenses que comprendían desde la Web 1.0 básica o folleto electrónico, a la solución más avanzada del museo virtual del MUPAI.

6. CONCLUSIONES

En el XII Universeum Network Meeting de 2011 celebrado en la Universidad de Padua, Scholten defendía la idea de unificar todas las colecciones de una universidad para lograr generar un núcleo de gran visibilidad dentro de las instituciones universitarias. Igualmente comentaba cómo esta estrategia produce resultados positivos inmediatos en las diferentes áreas que integran un museo como la educación, investigación, gestión o relaciones públicas. El director de las colecciones universitarias de la Universidad de Amsterdam hacía referencia a la política de integración que se había llevado a cabo en su universidad para la puesta en valor de su patrimonio, y subrayaba el interés que a otras universidades podía suscitar ese tipo de modelo cooperativo. El proverbio africano que utilizaba en su conferencia «if you want to go fast, go alone, if you want to go far, go together» (Scholten, 2011, p. 8) simboliza perfectamente la posible solución a las múltiples dificultades por las que está pasando el patrimonio universitario español.

Un trabajo de integración de las colecciones y museos en el ámbito universitario, que algunas universidades ya están llevando a cabo, permite el logro de varios objetivos fundamentales para estas entidades museísticas. Por un

lado, la recuperación del patrimonio en cuanto a su localización, conservación y catalogación, por el otro, el desarrollo de programas educativos y expositivos que potencien el sentido de la existencia de sus colecciones. Esta integración, unida a una presencia en redes potente y bien definida, supone una buena opción para acabar finalmente con la invisibilidad y con todos los problemas de relación con el público que todavía asolan a los museos y colecciones universitarios. Incluso se puede ir más allá, pues, tomando el ejemplo del POMUI, podemos prefigurar un sistema mucho más amplio de interconexión del patrimonio universitario español. Esto supondría el fin del oscurantismo y la indeterminación, y el paso definitivo para generar un espacio concreto en el ámbito del patrimonio global.

Además de la adopción de la identidad virtual como estrategia para la renovación del tratamiento del patrimonio universitario, es necesaria la revisión de los enfoques culturales de sus colecciones y museos. Es indispensable renovar sus discursos y políticas, que, en muchos de los casos, no han evolucionado desde la concepción del museo como un gabinete de curiosidades del siglo XIX.

Un planteamiento transversal enriquecería notablemente campos de estudio como la ciencia, la historia, el arte y la sociedad, todos ellos representados en las colecciones universitarias. Para ello, tal y como propone Brenni, es necesario fomentar un nuevo estilo de enseñanza, una nueva fórmula de trabajar las disciplinas que, muy a menudo, han sido tratadas completamente desconectadas unas de otras. «In a postmodern and global world, university collections and museums can assume a new meaning and help us to reconstruct the complexity and the cultural wealth of our past» (Brenni, 2011, p.6) Cooperación, integración, transversalidad y virtualidad son palabras clave para el futuro del patrimonio universitario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Alcalá, J. (2001). El museo ante el reto de las nuevas tecnologías en el siglo XXI. *Revista de Museología*, 21, 49-59.
- Alfageme, B., y Marín, T. (2006). Uso formativo de los Museos Universitarios en España. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, 11, 263-286.
- Anderson, G. (2004). *Reinventing the Museum*. Walnut Creek, CA: Altamira Press.
- Aroyo, L., Gorgels, P., Wang Y., Brussee R., Rutledge L., y Stash N. (2007). Personalized Museum Experience: The Rijksmuseum Use Case. En J.Trant y

- D.Bearman (eds.), *Museums and the Web 2007: Proceedings*. Toronto: Archives & Museum Informatics. Disponible en: <http://www.archimuse.com/mw2007/papers/aroyo/aroyo.html> [Consulta: 01/09/2012].
- Ruiz Bremón, M. (2008). Museos y colecciones universitarias. *Revista de Museología*, 43, 90-96.
- Bellido Gant, M. L. (2001). Museos virtuales y digitales. *Revista de Museología*, 21, 40-48.
- Bellido Gant, M. L.. (2002). *Arte, museos y nuevas tecnologías*. Gijón: Trea.
- Bellido Gant, M. L. (2008). El escenario infinito. En N. Rodríguez Ortega, *Acceso, comprensión y apreciación del patrimonio histórico-artístico. Reflexiones y estrategias: el contexto museístico*. (pp. 185-202). Málaga: Ayuntamiento de Málaga.
- Blais, J. M. (2003). *Les expositions virtuelles enjeux et avenir*. Paris: AVICOM-ICOM. Recuperado de: http://www.unesco.org/webworld/avicom/UserFiles/article_jmb_2003.pdf [Consulta: 06/09/2012].
- Bowen, J. (1999). Basta con conectarse. *Museum International*, 204 (4), 4-8.
- Bowen, J. (2000). El museo virtual. *Museum International*, 205 (1), 4-8.
- Bragança Gil, F. (2001). University Museums. Recuperado de: <http://edoc.hu-berlin.de/docviews/abstract.php?lang=ger&id=37320> [Consulta: 01/02/2012].
- Brenni, P. (2011). *The cumbersome heritage. Is there a future for university collections?* XII Universeum Network Meeting Arranging and rearranging: planning university heritage for the future Padua. Recuperado de: http://www.musei.unipd.it/eventi/doc/universeum/Book_Abstracts.pdf [Consulta: 01/03/2012].
- Carnall, M. (2008). *Chasing the online audience*. 8th Conference of the International Committee of ICOM for University Museums and Collections (UMAC), Manchester, 16th–20th September. Recuperado de: <http://edoc.huberlin.de/umacj/2/carnall-mark-37/PDF/carnall.pdf> [Consulta: 01/01/2012].
- Carreras Monfort, C. (2004). *Claves de difusión de exposiciones. Narrowcasting (difusión selectiva) vs Broadcasting (divulgación)*. Jornadas de Patrimonio.es, Alacant. Recuperado de <http://www.europeana.eu/portal/record/90901/BC8111B71F285A9C2FF14CD1392305347392EAFE.html> [Consulta: 06/09/2012].
- Carreras Monfort, C. (2004). Museografía en Internet: Análisis de la situación en nuestro país. *Boletín do Museo Provincial de Lugo*, 11, 93-111.
- Carreras Monfort, C., y Munilla Cabrillana, G. (2005). *Patrimonio Digital*. Barcelona: UOC.
- Cirlot, L. (2011). *Art, Arquitectura i Societat Digital. Grup de recerca del departament d'Història de l'Art de la Universitat de Barcelona*. Recuperado de: http://www.artyardigital.com/fileadmin/user_upload/PDF/Publicaciones_jornadas_IV/Texto_Lourdes_Cirlot.pdf [Consulta: 01/03/2012].
- Cofán Feijóo, M. (2003). *MUPAI: Museo Pedagógico de Arte Infantil. Investigaciones*. Recuperado de: <http://www.ucm.es/info/mupai/cofan1.pdf> [Consulta: 01/12/2011].
- Conseil de L'euope, Comité de Ministres. (2005). *Recommandation Rec (2005)13 du Comité des Ministres aux Etats membres sur la gouvernance et la gestion*

- du patrimoine universitaire et son Rapport explicatif*. Strasbourg. Recuperado de: [https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=Rec\(2005\)13&Language=lanFrench&Ver=original&Site=CM&BackColorInternet=DBDCF2&BackColorIntranet=FDC864&BackColorLogged=FDC864](https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=Rec(2005)13&Language=lanFrench&Ver=original&Site=CM&BackColorInternet=DBDCF2&BackColorIntranet=FDC864&BackColorLogged=FDC864) [Consulta: 01/01/2012].
- Corradini, E. (2011). POMUI: the web portal of Italian university museums. *UMAC Journal*, 4. Recuperado de <http://edoc.hu-berlin.de/docviews/abstract.php?lang=ger&id=39079> [Consulta: 01/02/2012].
- Cunliffe, D. K. (2002). Usability Evaluation for Museum Web. *Museum Management and Curatorship*, 3 (19), 29-252.
- Declaración de Salamanca sobre el patrimonio histórico-cultural de las universidades*. (2008). Recuperado de: http://publicus.culture.hu-berlin.de/umac/pdf/declaracion_patrimonio_2008.pdf [Consulta: 01/01/2012].
- Deloche, B. (2003). *El museo virtual*. Gijón: Trea.
- Deloche, B. (2005). ¿Es el museo virtual un competidor real para el museo institucional? *Mus-A: revista de los museos de Andalucía*, 5, 16-22.
- García Fernández, I. (2009). *Reorganizing a 20th century cabinet of curiosities into a museum for the 21st century*. 9th Conference of the International Committee of ICOM for University Museums and Collections (UMAC), Berkeley, USA, 10th-13th September (pp. 141-148). Recuperado de: <http://edoc.hu-berlin.de/docviews/abstract.php?lang=ger&id=37653> [Consultado: 01/09/2012].
- Gutiérrez Viñuales, R. (2007). Museos nacionales de arte en Internet: viajando por Latinoamérica en un clic. En M.L. Bellido Gant, *Aprendiendo de Latinoamérica: el Museo como protagonista* (pp. 283-310). Gijón: Trea.
- Haber, A. (2000). El MUVA: un museo virtual en el Uruguay. *Museum International*, 205 (1), 26-32.
- Haber, A. (2006). *Promoting the cultural heritage of Uruguay through the net: MUVA Virtual Museum*. 3rd International Conference of Museology, ICOM-AVICOM. Recuperado de: http://network.icom.museum/fileadmin/user_upload/minisites/avicom/PDF/haber_alicia_conf.pdf [Consulta: 01/02/2012].
- Hine, H. (2000). *The museum in transition: a philosophical perspective*. Washington; London: Smithsonian Institution Press.
- Jonaitis, A. (2006). Como unirse al siglo XXI mientras seguimos fieles a nuestra misión como museos universitarios. *University Museums and Collections Journal*, 183-200.
- Karp, C. (1999). Echar raíces en Internet: establecer una identidad para la comunidad de museos en la Red. *Museum International*, 204 (4), 8-14.
- Lorente, J. (2008). Museos virtuales de arte público: consideraciones generales y especificidades del proyectado para la web municipal de Zaragoza. *On the Waterfront*, 11, 189-195.
- Malraux, A. (1965). *Le musée imaginaire*. Paris: Gallimard.
- Mancini, F. (2008). *Usability of Virtual Museums and the Diffusion of Cultural Heritage* [online working paper]. Barcelona: UOC. Recuperado de: <http://>

- rusc.uoc.edu/ojs/index.php/in3-working-paper-series/article/view/n8-mancini [Consulta: 01/02/2012].
- Marco Such, M. (2002). Marco conceptual de los museos universitarios. En C. Belda, *Quince miradas sobre museos* (pp. 57-72). Murcia: Universidad de Murcia.
- Massé, A. (2010). *Online collaboration and knowledge dissemination for university collections*. Conference of the International Committee of ICOM for University Museums and Collections (UMAC), Berkeley, USA, 10th–13th September (pp. 91-96). Recuperado de <http://edoc.hu-berlin.de/docviews/abstract.php?lang=ger&id=37636> [Consulta: 01/02/2012].
- Peñuelas i Reixach, L. (2008). Los museos universitarios: definición y normativa aplicable. *Revista de Museología*, 43, 23-27.
- Remesar, A. (2008). Rumo a um museu virtual da arte pública e do desenho urbano: towards a virtual museum of public art and urban design. *On the Waterfront*, 11, 181-189.
- Remesar, A. (2011). Being global? La crisis y los museos virtuales en arte público y diseño urbano. *On the Waterfront*, 19, 5-21.
- Santibañez Velilla, J. (2006). Los museos virtuales como recurso de enseñanza-aprendizaje. *Comunicar: revista científica de comunicación y educación*, 26, 155-162.
- Scholten, S. (2011). *If you want to go fast, go alone. If you want to go far, go together. Integrating collections in Amsterdam*. XII Universeum Network Meeting. Arranging and rearranging: Planning university heritage for the future (pp. 8-9). Padua. Recuperado de: http://www.musei.unipd.it/eventi/doc/universeum/Book_Abstracts.pdf [Consulta: 01/03/2012].
- UMAC. (2002). *University Museum & Collections: importance, Responsibility, Maintenance, Disposal & Closure*. Recuperado de: <http://publicus.culture.hu-berlin.de/umac/guidelines> [Consulta: 01/01/2012].
- UMAC. (2004). *University Museums and Collections: Adapting to Change*. Recuperado de: <http://publicus.culture.hu-berlin.de/umac/guidelines> [Consulta: 01/01/2012].
- Weber, C. (2006). *El uso de programas educativos y una amplia gama de proyectos para elevar el perfil de las colecciones universitarias*. Recuperado de: <http://edoc.hu-berlin.de/docviews/abstract.php?lang=ger&id=38400> [Consulta: 01/02/2012].
- Weber, C. (2008). *Web communication. A content analysis of German university collections and museums websites*. 8th Conference of the International Committee of ICOM for University Museums and Collections (UMAC), Manchester, 16th–20th September (pp. 33-36). Recuperado de: <http://edoc.hu-berlin.de/docviews/abstract.php?lang=ger&id=30392> [Consulta: 01/02/2012].
- Zapatero Guillén, D. (2006). *Aplicaciones didácticas de la realidad virtual al Museo Pedagógico de arte infantil* [tesis doctoral]. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Didáctica de la Expresión Plástica.