

La memoria del presente: Patrimonio cultural y nuevas tecnologías

El caso del proyecto PeopleArt Factory

Beatriz Miralles de Imperial Ollero

La importancia del patrimonio cultural en nuestras sociedades es cada vez más evidente debido tanto a sus múltiples usos y significados, como a su papel en el devenir histórico de una sociedad y su función en la configuración de su identidad, tanto en términos individuales y como colectivos¹. En la actualidad internet y la web 2.0, así como sus aplicaciones derivadas, son cada vez más un medio esencial para la salvaguardia y difusión del patrimonio cultural gracias precisamente a su cobertura casi global, su carácter multimedia y las posibilidades de participación que propicia y ofrece. Esto hace que a corto/medio plazo, la Red empiece a considerarse un canal esencial en la difusión, defensa y conservación de nuestro patrimonio cultural².

En un momento en el que el mundo se la conservación del Patrimonio Cultural tiende a expandirse englobando bienes culturales que antes era impensable proteger³, ha llegado la hora de replantearse también el modo en que se documenta, se difunde y

¹ A este respecto, sobre la revalorización del patrimonio como elemento en alza en la sociedad del conocimiento y la comunicación, resulta interesante atender a las reflexiones ofrecidas por Joan SANTACANA MESTRE, Joan y HERNÁNDEZ CARDONA, Francesc Xavier, en *Museología crítica*, Gijón: Ediciones Trea

² Resulta de gran interés las reflexiones y análisis ofrecidos por la UNESCO a este respecto. Dicha documentación está disponible de forma online en <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002110/211062s.pdf> (Fecha de consulta 21-XII-2013).

³ En ese sentido, son varias las posiciones que, atentas al potencial que representa internet, que han solicitado declarar internet como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. La más reciente es la petición dirigida a Francesco Bandarin, Subdirector General para la Cultura Sector de la cultura de la UNESCO. La declaración está disponible online y descarga directa en: <http://www.osce.org/fom/78309> (Fecha de consulta 21-XII-2013).

se tutela dicho patrimonio⁴. Los modos culturales de aproximación a la realidad comienzan a cambiar⁵. Nos encontramos en un momento de mudanza. Estamos ante un cambio de paradigma. Nuestra forma de mirar ha cambiado, ha cambiado el mundo que mirábamos y los modos culturales de aproximación a la realidad. Nuestra obligación es pensar sobre ese proceso de cambio, así como observar y analizar los cambios en los esquemas y en la fisonomía del panorama cultural por medio de la investigación, documentación y análisis de la teoría de la cultura de las redes y las mutaciones que introduce en los procesos culturales y en el desarrollo de nuevas prácticas artísticas en las instituciones de la memoria⁶.

El objetivo que aquí se plantea es la observación de esas nuevas realidades y el análisis de lo que está suponiendo internet y en especial la Red 2.0 en la difusión y salvaguardia del patrimonio inmaterial, sirviéndonos para ello del estudio del caso específico del proyecto y la experiencia que propicia PeopleArt Factory. En ese sentido, desde aquí se prestará especial atención al desarrollo de dicha plataforma, así como a las posibilidades que su implementación puede suponer en el ámbito ligado a la preservación y difusión del patrimonio cultural del presente, la nueva museología y área afines, como la memoria expositiva o la nuevas formas de consumo aún por venir en el turismo cultural.

La rápida evolución de las tecnologías basadas en internet hace necesario reinventar las formas en que la activación de la cultura se viene considerando. Es habitual considerar que la relación entre nuevas tecnologías y patrimonio cultural acaba con el proceso de la digitalización y catalogación de sus objetos. Sin embargo, este proceso que tanto está costando adoptar, es únicamente el primer escollo hacia un nuevo mundo de posibilidades, donde se abren nuevas opciones para el estudio y análisis de los objetos propios que componen la riqueza del patrimonio cultural⁷.

⁴ La Carta de la UNESCO sobre la preservación del patrimonio digital trata de estas cuestiones. Su consulta es abierta y está disponible en abierto en <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/official-documents/> (Fecha de consulta 21-XII-2013).

⁵ La cultura ante el cambio de paradigma fue el tema tratado en el V Foro de Industrias Culturales, celebrado en el Museo Reina Sofía, el 12 de noviembre de 2013. En él se discutió sobre el futuro de sus distintos sectores en la era digital.

⁶ Sobre el debate de ideas y señalamientos de las nuevas poéticas actuales en el marco de la cultura de la imagen y su relación con las nuevas tecnologías y medios de comunicación, es interesante la consulta de DELOCHE, Bernard, *El museo virtual: hacia una ética de las nuevas imágenes*, Oviedo: Trea, 2002.

⁷ DELOCHE, Bernard, *El museo virtual: hacia una ética de las nuevas imágenes*, Oviedo: Trea, 2002, p. 85.

En este sentido, PeopleArt Factory es una plataforma web que profundiza, de manera decidida, en el desarrollo de este tipo de soluciones transversales, entre lo objetual y lo inmaterial. Es una herramienta especialmente diseñada para crear y visitar exposiciones de arte, utilizando un entorno de construcción y recorrido 3D que, de forma simplificada, simula el espacio físico⁸.

PeopleArt Factory es una empresa legalmente constituida en abril de 2013 por sus socios fundadores, Raúl Ballester Nortes y Pedro Carles Cross. Ha sido proyecto finalista, entre más 400 proyectos a escala nacional, del programa UNIR emprende (Madrid). El pasado mes de septiembre, fueron seleccionados como proyecto en residencia artística en el Centro Puertas de Castilla (Murcia), con el que colaboran de forma habitual. Igualmente ha sido uno de los proyectos invitados a participar en los encuentros internacionales de gestión cultural Pública¹⁴, celebrados en Madrid el 30 y 31 de enero de este año. Recientemente, ha participado en el foro para profesionales celebrado en Madrid, del 19 al 23 de febrero, en el marco de la Feria Internacional de Arte contemporáneo ARCOmadrid.

El proyecto de PeopleArt Factory lleva en desarrollo e implementación aproximadamente dos años y, como resultado final, podemos decir que lo que crea es un entorno 3-D donde podemos ir navegando por las obras. De cualquier manera, es una herramienta que puede ser muchas cosas y a veces cuesta explicarla, sobre todo para aquellos que es su primera introducción. En ese sentido, creo que es bueno comenzar diciendo lo que no es. PeopleArt Factory no es un portal web de hacer páginas web. Tampoco es una plataforma para comprar cuadros, ni es una red social para artistas.

De igual manera, en estos últimos meses han realizado diferentes talleres, proyectos y exposiciones virtuales para algunas de las principales instituciones culturales de la Región de Murcia como la Consejería de Cultura, la Fundación de la Casa Pintada (Mula), el Centro Párraga (Murcia) o el Espacio Camon, entre otros. Actualmente cuentan con más de 300 usuarios activos registrados en la plataforma disponible online⁹. El perfil del usuario de la plataforma cubre el amplio abanico de agentes implicados en el sector artístico, entre los que se encuentran artistas, galerías y centros de arte, de ámbito nacional e internacional. La plataforma se encuentra en un

⁸ Puede verse un vídeo del proceso de creación y visita de las exposiciones virtuales en: <http://vimeo.com/peopleartfactory> (Fecha de consulta: 21-XII-2013).

⁹ La plataforma de PeopleArt Factory es de acceso libre y visita abierta en la siguiente dirección: www.peopleartfactory.com (Fecha de consulta: 21-XII-2013).

permanente proceso de mejora continua. Actualmente, está completando la implementación de la versión 3.3 con nuevas opciones de navegación, eventos táctiles y un importante rediseño del interface, para su uso embebido dentro de otras webs.

Como se ha comentado, PeopleArt Factory es una herramienta alternativa para diseñar y difundir exposiciones de arte en un entorno digital. Esta aplicación ha sido creada para que un comisario pueda desarrollar un discurso mucho más elaborado que simplemente mostrar las obras a través de un carrusel de imágenes. La plataforma se presenta como una herramienta alternativa para diseñar y difundir exposiciones de arte en un entorno digital, cuya utilidad y orientación es principalmente para profesionales, permitiendo generar un espacio expositivo, es decir, un relato concreto a través del cual difundir el trabajo de un artista determinado.

En la era digital, PeopleArt Factory puede entenderse como una plataforma de interrelación entre ciudadanos, comunidad investigadora, agentes culturales y administración, que permite, entre sus distintas aplicaciones, conservar determinada información de los bienes culturales para el futuro, acercándolos además al público¹⁰. Cuando el tiempo no permita ya reconocer la preservación de la pieza artística y sus intervenciones en el espacio expositivo, quedarán sus reflejos virtuales, su huella digital.

A diferencia de los actuales sistemas de “visitas virtuales”, basados en el montaje de múltiples fotografías tomadas por una cámara tipo 360° o la utilización de espacios arquitectónicos “prefabricados” y siempre iguales¹¹, el sistema ideado por PeopleArt Factory, es el propio usuario el que, desde su perfil, tiene la opción de crear su exposición virtual totalmente personalizada, desde una visión subjetiva, incluso sin que este espacio deba existir realmente. En este sentido, conviene reseñar el fondo de contraste de PeopleArt Factory. Aunque no es la única propuesta online para el arte tradicional, pero por varios motivos que aquí reseñaremos brevemente, PeopleArt

¹⁰ Respecto a este tema, Javier Celaya, socio-fundador del portal cultural Dosdoce.com, dio algunas claves para ver la foto fija del momento actual en el que lo digital transforma la cadena industrial de producción, distribución y consumo, en el V Foro de Industrias Culturales, organizado por la Fundación Santillana y la Fundación Alternativas. Consultar en http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2012020111360001&activo=6.do (Fecha de consulta 21-XII-2013)

¹¹ Esta es una de las principales diferencias con respecto a proyectos como el encabezado por Google Art Project, plataforma que presenta una recopilación de imágenes de piezas artísticas expuestas en varios museos del mundo, así como un recorrido virtual por las galerías en las que se encuentran. Aunque las imágenes se muestran en alta resolución, la función de exploración de la que se sirve emplea la misma tecnología utilizada por la aplicación Google Street View. Para conocer más acerca de este proyecto, se recomienda la consulta de www.google.com/culturalinstitute/project/art-project?hl=es.

Factory resulta la más novedosa frente a propuestas como Google Art Project, Virtual Gallery o Curatedby¹².

Frente al formato estático del célebre Google Art Project, un recurso de visita virtual que ahora empieza a popularizarse también, la experiencia de PeopleArt Factory resulta mucho más dinámica. Virtual Gallery, ofrece apoyo a artistas permitiéndoles difundir y vender de manera creativa sus obras. Sin embargo, no tiene las peculiaridades dinámicas ofrecidas por PeopleArt Factory, ya que el área expositiva que cede al usuario está previamente definida siendo idéntica a sí misma en cualquier caso. Quizá, en ese sentido, Curatedby sea uno de los espacios online más populares que pueda hacer frente a la propuesta de PeopleArt. Esta iniciativa ofrece al comisario la posibilidad de dar forma al espacio. Sin embargo, se parte de una serie de prerrogativas perdiendo la flexibilidad del caso de PeopleArt Factory, que permite dibujarlo. Es cierto que con Curatedby es posible definir muchas variables, como los juegos de luces y sombras para crear una correcta puesta en escena que realce las obras. Sin embargo, la plataforma es gratuita por un periodo de tiempo limitado. Algo que no ocurre en el caso de PeopleArt Factory.

Al contrario que otros programas de diseño 3D, su manejo es fácil e intuitivo para todo tipo de usuario. Los espacios virtuales generados pueden ser directamente publicados en internet y compartidos en los distintos canales y perfiles abiertos en las redes sociales o insertados en cualquier página web¹³. Mediante este sistema es posible producir, casi sin coste alguno, eventos virtuales, limitados en el tiempo y medir, de forma detallada, su repercusión. Además al tratarse de un desarrollo creado desde cero, según los últimos estándares abiertos de programación, es compatible con la mayoría de dispositivos móviles y sistemas operativos.

De este modo, además de una excelente herramienta para mejorar la preparación y difusión de las exposiciones convencionales, la plataforma PeopleArt Factory también puede ser útil para ampliar el espacio expositivo disponible y llegar a

¹² Para conocer más sobre estas plataformas, se recomienda la consulta de estos enlaces a sus web: Google Art Project <https://www.google.com/culturalinstitute/project/art-project?hl=es>; Virtual Gallery <https://www.virtualgallery.com/>; Curatedby <http://www.curatedby.com/>

¹³ A este respecto, resulta interesante la consulta del libro PASTOR i HOMES, María Inmaculada, *Pedagogía museística: nuevas perspectivas y tendencias actuales*, Barcelona: Ariel, 2004, puesto que trata de forma extensa aquellas cuestiones mencionadas en el texto y que en la actualidad preocupan a educadores y museólogos.

más público¹⁴. Aunque tras dos décadas de Internet, las galerías virtuales ya no son una novedad, conviene destacar el hecho de que cada vez más empiezan a aumentar también las galerías que trasladan su espacio real y sus exposiciones a la red. Para este tipo de acciones recurren al uso de las herramientas digitales para aprovechar el público virtual remoto. A través de colecciones exclusivamente digitales, o como complemento a las exposiciones en formato físico, las galerías de arte, instituciones, gestores culturales y demás agentes ligados al mundo de la cultura en su ramificación curatorial, pueden dar cabida, de forma muy económica, a temáticas y artistas hasta ahora menos habituales.

Antes de concluir, es importante señalar que la intención del proyecto PeopleArt Factory no es, en caso alguno, un intento de reemplazar la exposición real, en formato “analógico”, sino ofrecer un nuevo soporte digital, especialmente diseñado para desarrollar un discurso expositivo propio y que el público pueda interactuar de forma diferente, en torno a una experiencia artística de la máxima calidad, evitando replicar otros formatos ya existentes, basados en otros paradigmas y creados para otros usos. De esta forma, se amplían y extienden las posibilidades materiales y temporales en la vida útil del formato expositivo¹⁵.

Está claro que la experiencia de visitar una exposición virtual, nunca será igual que la propia experiencia de recorrerla de forma tradicional. Sin embargo, esto no debería llevar a subestimar las posibilidades del proyecto PeopleArt Factory como una herramienta útil en el campo curatorial y patrimonial. Esta “representación digital” puede ser útil en múltiples aspectos. Partiendo de limitaciones casi de tipo ontológico, se debe aceptar que el mapa no es el territorio¹⁶. Todas las representaciones nos confunden y nos distraen de la propia realidad, pero, a la vez, pueden sernos muy valiosas, si cumplen el fin para el que fueron creadas.

En este sentido, la propuesta de PeopleArt Factory nos recuerda en su desmaterialización que la experiencia del espacio museal sigue siendo necesaria. Quizá sea desde esta posición ocupada por PeopleArt Factory cuando el museo y el arte se reivindican más que nunca como espacios necesarios, como lugares donde la experiencia

¹⁴ Llegados a este punto, resulta interesante reseñar que, desde el inicio de la crisis económica en nuestro país, la bajada en el número de visitantes que acude asiduamente a los principales museos y espacios expositivos, sigue una marcada tendencia a la baja.

¹⁵ Sobre las posibilidad que inauguran las nuevas tecnologías aplicada al marco artístico ver BELLIDO GANT, María Luisa, *Arte, museos y nuevas tecnologías*, Oviedo: Trea, 2001.

¹⁶ El libro de DELOCHE, Bernard, *El museo virtual: hacia una ética de las nuevas imágenes*, Oviedo: Trea, 2002, recoge y profundiza en algunas de los restos que se la plantean al museo en el tiempo de las redes globales.

artística se hace necesaria vivir cuerpo a cuerpo¹⁷. Por eso resulta interesante destacar, en línea con esta reivindicación de la “ontología de la presencia” de la que habla Hernández Navarro, donde el espacio expositivo se despliega como lugar de confrontación directa con la obra. Al fin y al cabo, como afirma Bertomeu Maí, en una entrevista reciente¹⁸ una vez superado el ocularcentrismo de la modernidad, somos más que nunca conscientes de que:

“el arte contemporáneo no está hecho sólo para el ojo, implica otros sentidos, especialmente el oído y el tacto. Es como si pudiéramos carne y piel al museo, lo dotamos de una sensibilidad total.”

En este trabajo se ha querido mostrar cómo el uso de las nuevas tecnologías está cada día más integrado en el trabajo habitual de una comunidad de investigadores reunida en torno a un problema – el Patrimonio - que presenta numerosas facetas y que dadas sus dimensiones espacio-temporales requiere de la capacidad para visualizar y analizar una gran cantidad de información muy variada. Según lo dicho, creemos que las metodologías que deben plantearse en este ámbito de trabajo deberían permitir tanto conocer mejor una realidad extremadamente compleja, así como desarrollar una serie de herramientas que contribuyan a un acercamiento y mejor conservación y activación del patrimonio cultural¹⁹.

En ese sentido, PeopleArt Factory trata de potenciar el uso de las nuevas tecnologías en la gestión de patrimonio cultural que posibiliten su innovación permanente²⁰. El desarrollo y puesta en marcha de estos instrumentos de gestión y difusión del patrimonio cultural pretende promover la accesibilidad al patrimonio cultural con los objetivos de facilitar su conocimiento, impulsar la valoración de los bienes culturales y la de sus portadores y protagonistas, ofrecer información amplia, rigurosa, especializada y didáctica, facilitar la participación de los ciudadanos, proporcionar instrumentos para el desarrollo de la gestión cultural telemática o favorecer la

¹⁷ Sobre la poética del cuerpo con espacio de inscripción de la experiencia museal, consultar HERNÁNDEZ NAVARRO, Miguel Ángel, “El museo como puerta” en http://www.elcultural.es/version_papel/ARTE/32838/El_museo_como_puerta (Fecha de consulta 28-XI-2013).

¹⁸ “El museo tiene la obligación de reescribir la historia” en http://cultura.elpais.com/cultura/2013/12/19/actualidad/1387489401_539013.html (Fecha de consulta 21-XII-2013).

¹⁹ FERNÁNDEZ, Luís Alonso, FERNÁNDEZ GARCÍA, Isabel, *Nueva museología: planteamientos y retos para el futuro*, Madrid: Alianza Editorial, 2012.

²⁰ En relación con este tema, consultar: ROTAECHE GONZÁLEZ de UBIETA, Mikel, *Conservación y restauración de materiales contemporáneos y nuevas tecnologías*, Madrid: Síntesis, 2011.

accesibilidad a investigadores, profesionales y diversos agentes culturales mediante aplicaciones.

En los últimos años las nuevas tecnologías han demostrado una amplia utilidad y un alto valor en el campo de la preservación y difusión del patrimonio cultural, poniendo a disposición de los expertos en el área estándares y herramientas cada vez más depuradas y completas. Las nuevas tecnologías y las redes globales de comunicación e identidad digital están impactando cada vez más en el modo de crear, difundir y consumir el arte y la cultura. En este contexto de cambio acelerado, lleno de incertidumbres, también surgen nuevas posibilidades, basadas en crear relaciones sinérgicas entre las formas de creación y exhibición tradicionales y los nuevos medios digitales²¹.

El proyecto PeopleArt Factory es una de las primeras plataformas capaz de responder a la necesidad de abrir nuevas vías de acercamiento, gestión y difusión en el campo del patrimonio ligado al tiempo presente, atendiendo tanto al patrimonio material como al patrimonio líquido²², ligado a las nuevas tecnologías o net-art. En este artículo se ha querido exponer los valores del proyecto PeopleArt Factory como instrumento integral de gestión y difusión cultural formado por un conjunto de aplicaciones diseñadas para innovar en los procesos y procedimientos de gestión y facilitar la accesibilidad de los bienes culturales. Se ha querido presentar su campo de posibilidades para hacer de ésta una futura herramienta puesta al servicio de la salvaguardia y difusión del patrimonio cultural del tiempo-ahora²³.

El conjunto de tecnologías derivadas de planteamientos 2.0, está provocando que las instituciones museísticas se estén enfrentando a nuevas realidades y posibilidades para el ámbito de la educación y el turismo. A ese respecto, puede afirmarse que PeopleArt Factory puede llegar a ser un canal multiplicador de las acciones emprendidas por la institución museística, una plataforma que multiplique y

²¹ El libro *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*, resulta de consulta obligada para tener una panorámica sobre recepción estética y nuevos medios.

²² El sociólogo Zygmunt Bauman es el autor del concepto «modernidad líquida». Proyectos como el emprendido por PeopleArt Factory o Google Art Project, hacen plantear nuevas cuestiones y abrir nuevos interrogantes sobre si realmente de lo que hablamos es de fenómeno estructural, un paso hacia un nuevo umbral donde el patrimonio del presente empiece también a entrar en esa fase «líquida».

²³ Término tomado de Walter Benjamin, “Sobre el concepto de Historia”, en *Obras*, I, 2, pp. 303-318, Madrid: Abada, 2008. Benjamín funda una noción del presente como “tiempo-ahora” que es comprendido como la detención mesiánica del acaecer. En el contexto de este tema, el concepto alude, no tanto a la concepción benjaminiana del término, sino que lo recupera en el sentido laxo del término.

acerque los contenidos de nuestros museos, que implemente las actividades didácticas. La implantación de tecnologías 2.0 y 3.0 en los museos puede provocar, no solamente un mayor disfrute y difusión de las colecciones, sino que también puede llegar a ofrecer al sector profesional las claves para la reflexión de un nuevo concepto ocio educativo andamiado en la tecnología y sus aplicaciones, así como la reflexión sobre nuevos modelos y escenarios de gestión futura que los museos conocen.

ILUSTRACIONES

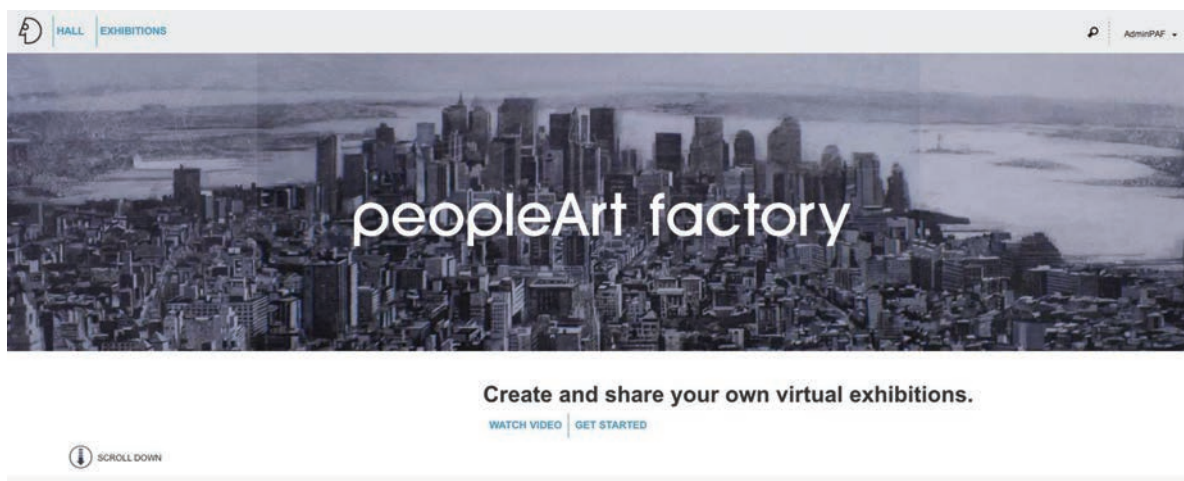


Ilustración 1. Imagen de portada web de PeopleArt Factory



Ilustración 2. Interior de los espacios expositivos proyectados por PeopleArt Factory

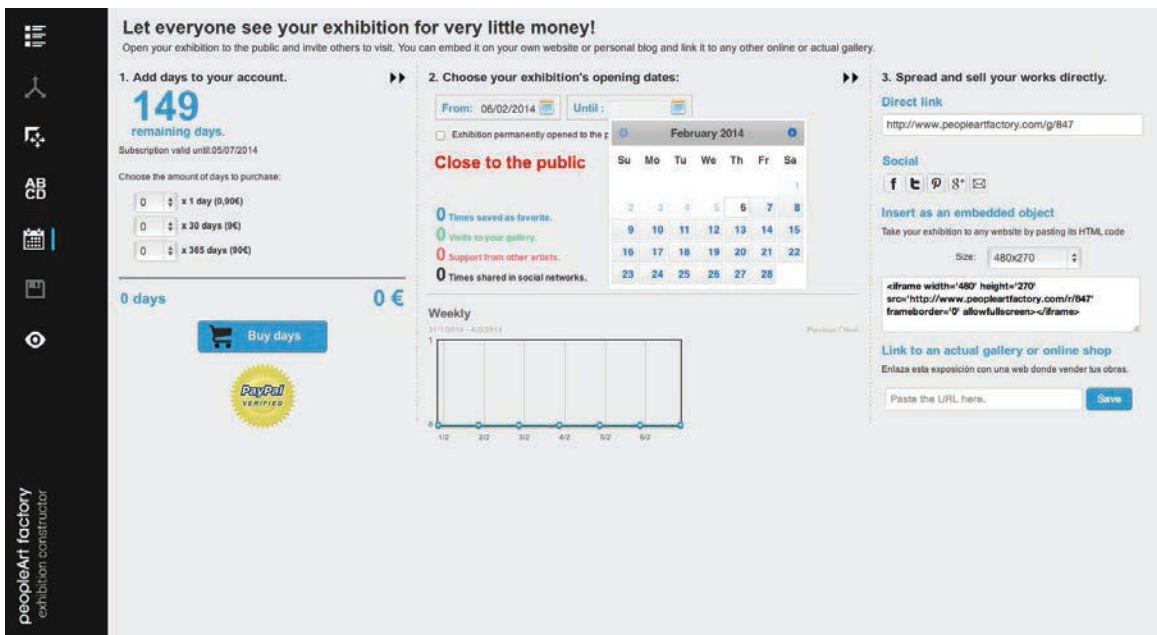


Ilustración 3. Imagen de la “caja de herramientas” del gestor web de PAF con las opciones que tiene el usuario para configurar los aspectos relacionados con la compra de días, día de apertura y cierre, redes sociales y código para embeber la galería en una web

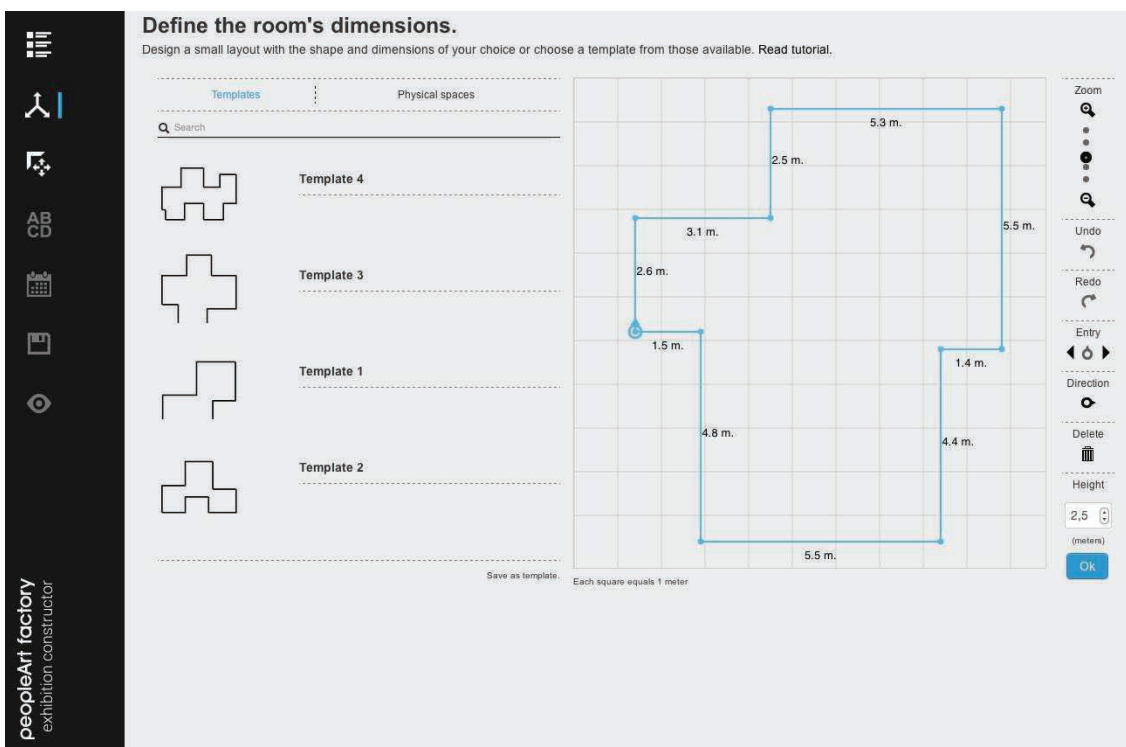


Ilustración 4. Imagen de la “caja de herramientas” del gestor web de PeopleArt Factory con las opciones que dispone el usuario para configurar la distribución y dimensiones del espacio



Ilustración 5. Imagen del logo o identidad PeopleArt Factory



Ilustración 6. Imagen del espacio museográfico proyectado por PeopleArt Factory

BIBLIOGRAFÍA

- BELLIDO GANT, María Luisa, *Arte, museos y nuevas tecnologías*, Oviedo: Trea, 2001.
- BENJAMIN, Walter, "Sobre el concepto de Historia" en *Obras*, I, 2, pp. 303-318, Madrid, Abada, 2008.
- CARRERAS MONFORT, César, *Patrimonio cultural y tecnologías de la información y la comunicación: a la búsqueda de nuevas fronteras*, Cartagena: Ayuntamiento. Concejalía de Cultura, 2005.
- CELAYA, Javier, "Hacia una cultura compartida: Más allá del marketing de museos en las redes sociales" en *Telos: Revista de pensamiento sobre comunicación, tecnología y sociedad*, núm. 90, enero - marzo 2012. Consulta online en: http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2012020111360001&activo=6.do (Fecha de consulta 21-XII-2013)
- CASTRO MORALES, Federico, BELLIDO GANT, María Luisa (eds.), *Patrimonio, museo y turismo cultural: claves para la gestión de un nuevo concepto de ocio*, Córdoba: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba, 1998.
- DELOCHE, Bernard, *El museo virtual: hacia una ética de las nuevas imágenes*, Oviedo: Trea, 2002, p. 85.
- FERNÁNDEZ, Luis Alonso, FERNÁNDEZ GARCÍA, Isabel, *Nueva museología: planteamientos y retos para el futuro*, Madrid: Alianza Editorial, 2012.
- GARCÍA BLANCO, Ángela, *La exposición: un medio de comunicación*, Madrid: Akal, 1999.
- HERNÁNDEZ NAVARRO, Miguel Ángel, "El museo como puerta" en http://www.elcultural.es/version_papel/ARTE/32838/El_museo_como_puerta (Fecha de consulta 28-XI-2013).
- IBÁÑEZ ETXEBERRIA, Alex (ed.), *Museos, redes sociales y tecnología 2.0. Museums, social media & 2.0 technology*, Guipúzcoa: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2011.
- KNELL, Simon, *Museums and the future of collecting*, Hampshire: Ashgate, 2004.
- LUMLEY, Robert, *The Museum time-machine: putting cultures on display*, London: Routledge, 1998.
- MARTÍN PRADA, Juan, *Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales*, Madrid: Akal, 2012.
- PASTOR I HOMES, María Inmaculada, *Pedagogía museística: nuevas perspectivas y tendencias actuales*, Barcelona: Ariel, 2004.

ROTAECHE GONZÁLEZ DE UBIETA, Mikel, *Conservación y restauración de materiales contemporáneos y nuevas tecnologías*, Madrid: Síntesis, 2011

SANTACANA MESTRE, Joan, HERNÁNDEZ CARDONA, Francesc Xavier, *Museología crítica*, Gijón: Ediciones Trea

UNESCO, *Reflexión y análisis de la UNESCO sobre internet*, Conferencia general, 36ª reunión, París, 2011, en <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002110/211062s.pdf> (Fecha de consulta 28-XIII-2013)

VIDAL-FOLCH, Ignacio, “El museo tiene la obligación de reescribir la historia” en http://cultura.elpais.com/cultura/2013/12/19/actualidad/1387489401_539013.html (Fecha de consulta 21-XII-2013)

WEBS CONSULTADAS

Curatedby <http://www.curatedby.com/> (Fecha de consulta 18-XII-2013)

Google Art Project: <http://www.google.com/culturalinstitute/project/art-project?hl=es> (Fecha de consulta 18-XII-2013)

PeopleArt Factory: <http://www.peopleartfactory.com> (Fecha de consulta 16-XII-2013)

UNESCO: <http://www.unesco.org/new/es/unesco/resources/publications/unesdoc-database/> (Fecha de consulta 20-XII-2013)

Virtual Gallery: <https://www.virtualgallery.com/> (Fecha de consulta 18c-XII-2013)

