

# **Proyecto de Graduación**

Lic. en Crítica de Artes

UNA

## **Informe de investigación**

Jesús Vizcarra

[jesucritic@outlook.com.ar](mailto:jesucritic@outlook.com.ar)

Año 2015

Docentes:

Silvina Tatavitto

Nicolás Bermúdez

## ÍNDICE

### ***“Museo Digital: El Museo de los Nuevos Medios”***

#### **1- TEMA DEL TRABAJO**

|                              |   |
|------------------------------|---|
| 1.1 Síntesis del fenómeno    | 1 |
| 1.2 Interés por el fenómeno  | 2 |
| 1.3 Subdivisión del fenómeno | 3 |

#### **2- SITUACIÓN DEL TEMA**

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| 2.1 Reseña de como ha sido estudiado   | 4  |
| <i>¿Virtual vs Digital?</i>            | 5  |
| <i>Una breve historia política</i>     |    |
| <i>La virtualización del Museo</i>     | 7  |
| <i>Lévy y los niveles de inmersión</i> | 8  |
| <i>El eje propuesto</i>                | 9  |
| <i>Aobjetualidad o referencia</i>      | 10 |
| 2.2 Formulación del problema           | 11 |

#### **3- INFORME**

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| Análisis contrastivo             | 12 |
| Desgloce :                       |    |
| <i>Aspectos conformativos</i>    | 14 |
| <i>Patrimonio</i>                | 14 |
| <i>Accesibilidad y recorrido</i> | 17 |

#### **4- FUENTES**

|                  |    |
|------------------|----|
| 4.1 Bibliografía | 20 |
|------------------|----|

#### **5- ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN CRÍTICA** 21

#### **6- PLAN DE PRODUCCIÓN PIEZAS CRÍTICAS** 23

## 1. TEMA DEL TRABAJO

### MUSEO DIGITAL : EL MUSEO DE LOS NUEVOS SISTEMAS DE COMUNICACIÓN

#### 1.1/ Síntesis del fenómeno:

Con la irrupción de tecnologías digitales en el hacer cultural, y el intercambio ininterrumpido a través de la red, surgen modalidades discursivas con marcada particularidad. Y es que como sugiere Cordeiro<sup>1</sup> cada obra de arte trae implícita en el modo de existencia o materialidad, un espacio acorde “ideal” para su fruición. No es de extrañar entonces esperar asistir al surgimiento gradual de espacios correspondientes a estas necesidades. Constatamos una museología que desde hace un tiempo se muestra audaz en la digitalización de sus contenidos, aunque al mismo tiempo, moderada e indecisa en la construcción de espacios acordes a la inmanencia estrictamente digital, de obras con existencia únicamente en la *world wide web*.

El presente trabajo siguiendo la línea de investigadores como Bellido Gant<sup>2</sup> ó Gianetti<sup>3</sup>, pretende apuntar más allá en la demarcación de especificidades (basado en el análisis semiótico), en cuanto a la configuración de un espacio propio, afín a estas propuestas aobjetuales y novedosas del hacer artístico.

Diferenciaremos las instancias *virtuales* y *digitales* que aunque son deudoras unas de otras, precisan ser distanciadas teóricamente a fines prácticos. Es la intención que aviva la siguiente investigación .

---

<sup>1</sup> Cordeiro, Waldemar 1972, 4.

<sup>2</sup> Bellido Gant, M Luisa .“Arte Digitalizado y Arte Digital” 2004

<sup>3</sup> Gianetti, Claudia. “Estética Digital” 2002

## 1.2 / Interés en el Fenómeno:

A mediados del 2013 nace *EspacioByte* el primer *museo digital* Argentino<sup>1</sup> abocado de lleno a la preservación, inventario y puesta en circulación de obra elaborada exclusivamente a partir de medios digitales. Su colección presenta una exhaustiva selección de obra proveniente de diversos géneros, estructurados temáticamente bajo un eje curatorial, una hipótesis, o reflexión sobre el dispositivo y su apropiación por parte de la obra. Desde esta aproximación inicial podemos percibir que lejos de simular un entorno de virtualidad a obras de existencia “factual” mediante la digitalización, *EspacioByte* pondera mas bien un funcionamiento similar a de un museo típico: recoge las necesidades materiales (inmateriales en este caso) de la obra y le otorga el espacio consecuente a su inmanencia. De este modo junto a otros museos digitales del mundo se constituye en un corpus que canaliza las demandas del **arte contemporáneo producido por y para los nuevos medios**. Estos museos operan sin mediar transposición, y sin alterar la lógica de producción de sus obras, que es siempre la misma de reconocimiento; objetos particulares que se actualizan una y otra vez según su naturaleza algrítmica frente al visitante. Técnicamente la obra ya no existe a priori.

El interés en el estudio de estas particularidades radica en la importancia histórica de una institución valorativa como es el museo, uno que responde a las necesidades de las que hablaba Cordeiro. Además por que tratándose de un fenómeno muy reciente, es terreno fértil a una crítica imaginativa, que debe permanecer atenta a l tensiones espontáneas que surjan de su irrupción en los circuitos del arte y también de los hábitos sociales que altere. Sumamos interés desde la gestión cultural, por que es probable que demande nuevas estrategias de sustentabilidad, producto de su naturaleza “inmaterial” (como sucedió no hace mucho con la música ) y a la que no debe renunciar pues es deudora de su lealtad para con el dispositivo, como engranaje junto a la obra que re/presenta.

Finalmente un interés difusor por el fenómeno que active otros resortes creativos en su escritura. Para todos estos casos es necesario realizar previamente un análisis que nos permita penetrar con mayor exactitud en las peculiaridades de configuración del museo digital.

El objetivo entonces por el fenómeno, no es otro que visibilizar esta nueva modalidad, diferenciar su especificidad frente a la comparación con otras modalidades museográficas de la contemporaneidad (museo virtual, al que definiremos también ) , señalando sus particularidades y reflexionando o intentando sugerir posibles sesgos a sus problemáticas actuales.

---

<sup>1</sup> Espacio Byte: [http:// espaciobyte.org](http://espaciobyte.org)

### 1.3/ SUBDIVISIÓN TENTATIVA DEL FENÓMENO

Esta investigación acerca del *Museo Digital* admite ciertas disecciones. En principio dentro del propio rol de “museo” es una subdivisión clara que responde como se dijo a demandas producto de las más recientes *tecnopoéticas* (como gusta de definir Claudia Kozak<sup>1</sup> a estos lenguajes artísticos que se difunden gracias a los nuevos medios). En este marco el museo digital aparece como una actualización institucional, posible gracias tanto a las obras que imponen su lógica, como a la apertura inaugurada por la nueva museología desde comienzos de los años 70's. A su vez como *mediador referencial artístico*, de la amplia oferta cultural dispuesta en el ciberespacio, debiendo establecer textos unificadores y creando discursos selectivos acerca de bienes culturales que al mismo tiempo pueden habitar en otros espacios de la red.

Pero el punto nodal sobre el cual descansa la hipótesis de este trabajo, remite indefectiblemente a hallar especificidades en el museo digital contraponiéndolo con aquel otro al que suele asociársele erróneamente: el *museo virtual o museo de obras digitalizadas*. Será de vital importancia acotar los objetos, a fines de abordar las complejidades de cada referente, a los que tomaremos por su carácter indicial, dadas nuestras posibilidades.

A través de un análisis formal, se espera actualizar ambas definiciones, reflexionar e informar a través de las intervenciones críticas propuestas, y a la vez, propulsar mayor visibilidad de estos fenómenos dentro del campo académico .

Metodológicamente, nuestra investigación recurrirá a una Indagación cualitativa, adaptando el análisis formal de las 3 dimensiones que sugiere Oscar Steimberg<sup>2</sup> en su texto acerca de las proposiciones de género y estilo, pero imbricándolo a un estudio contrastivo de los dos elementos seleccionados, debido su naturaleza de indicialidad explicada en el párrafo precedente.

---

<sup>1</sup> Kozak, Claudia “TecnoPoéticas Argentinas”. Caja Negra, 2011

<sup>2</sup> Steimberg, Oscar “Semiótica de los Medios Masivos” Atuel, 1998

## 2- SITUACIÓN DEL TEMA

### 2.1/ Reseña de como ha sido estudiado:

Existe una cantidad no despreciable de textos sobre Museología (ver *Bibliografía diferenciada*), tanto como de la evolución de sus hábitos y perspectivas de consumo de bienes culturales en estos últimos años. Más aún en lo referente a los cambios estético-organizativos del *nuevo museo*.

Otros autores por su parte y desde hace un par de décadas aproximadamente, vienen trabajando el tema de su incorporación y *aggiornamento* a las nuevas tecnologías en respuesta a los comportamientos o hábitos del público, bajo una sociedad hiper mediatizada por los alcances de la web 2.0.

Si bien es necesario atender a estos precedentes, nuestro trabajo pretende desagregar el fenómeno “museo digital” de las modalidades del museo que *virtualizan* (escanean, fotografían, digitalizan...) obras de existencia previa *factual*, es decir que habitan las dimensiones espacio tiempo convencionales en su calidad de objetos artísticos.

Esa clase de museo que comparte junto al *museo digital* su existencia en la web, puede identificarse entre otras cuestiones por su comportamiento al que caracterizaremos de *avidez por la novedad*, ya que sistemáticamente y a medida que sus recursos lo permiten (y la ciencia los pone a disposición), incorporan vorazmente los adelantos tecnológicos (página *web*, recorridos virtuales, *realidad aumentada*, *e-museo*, o hasta *inteligencia digital...*), siguiendo las nuevas demandas o modos de consumo que no son propias del ámbito del museo, si no que son extrapoladas de otros campos ( video juegos, técnicas de simulación militar, robótica , inteligencia artificial, etc...); con la principal finalidad<sup>1</sup> de competir en la industria del tiempo libre, viéndose forzados a complacer cada vez más a un público conocedor y ansioso de estas experiencias .

---

<sup>1</sup> Existe lógicamente un trasfondo más complejo, donde lo pedagógico y el elevado coste de manutención de los museos tradicionales llevan también en la dirección de la virtualización de sus contenido (muchas de las páginas de museos importantes tienen *banners* y *e-shops* , pero también a su vez, *estudiantes de todas partes del mundo pueden entrar en contacto “virtual” con aquellas obras a las que anteriormente solo podían conocer por los libros*). De cualquier modo, gracias al proceso de digitalización de las obras y puesta a punto de sus espacios webs, las “visitas” a museos de todas partes del mundo se han incrementado y cada año crecen exponencialmente , permitiendo “democratizar” (o *simular...*) el acceso al patrimonio .

## **¿Virtual vs Digital?**

Técnicamente existen entre estas 2 caracterizaciones más puntos de contacto que diferencias, ya que ambas comparten una raíz: la de su existencia como *algoritmos* (si hablamos de imágenes computarizadas), aunque diferentes alcances, puesto que lo virtual no se circunscribe necesariamente a la esfera de lo digital. Si comparamos las definiciones que brinda la RAE para cada una de ellas entenderemos más su funcionamiento (la cursiva es mía):

virtual: (del latín *virtus*, virtud, fuerza).  
[...]Que tiene virtud para producir un efecto aunque no lo produce de presente [...] que tiene existencia *aparente* y *no real* [...]

digital: (del latín *digitalis*)  
[...]referente a los números dígitos y a los *instrumentos de medida que se emplean con ellos* [...]

Siguiendo a la RAE podremos habilitar una puesta en juego de estos conceptos, contextualizándolos en el entorno que nos interesa: el de la *imagen* en el ámbito de la web. De este modo podríamos empezar a sugerir un comportamiento exclusivo de *representación* (más adelante veremos si también de *simulacro* a la manera que lo entiende Baudrillard), para la instancias *virtuales* y otra de existencia *ausente de reenvíos* a lo digital, en cuanto que los números expresan una cualidad (cantidad) del objeto y no el objeto total en sí. Pero esta variable no es suficiente para la lectura que este trabajo intenta transmitir- la de algún tipo de exclusividad- puesto que dentro de la variable *imagen computarizada* por ejm, la *imagen virtual* también es digital (ambas usan el sistema binario).

Lo varianza entre otras cosas debe estar entonces en otra parte: su *objetivo*, el *referente* y el *funcionamiento*.

## **Una breve historia política**

Dice Gianetti:

[...] *Los cuestionamientos respecto a la función de los museos contemporáneos y de su arquitectura han derivado en innumerables debates. A la tradicional defensa del contenedor como espacio que debe adecuarse a la exhibición de objetos, por lo tanto subordinarse a la obra de arte, se opone la visión de la estructura arquitectónica como obra y del arquitecto como meta- artista* [...]<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> *Museos, Tecnología y Virtualidad*. <http://www.archimuse.com>

Quien esté medianamente familiarizado con el mundo de la gestión cultural o provenga del ámbito académico reconocerá que pocas veces un tema genera una lucha polar como en el tema del rol del museo. Dada su impronta de administrador patrimonial y de la responsabilidad en la función pedagógica, conservadora y exhibitiva de los bienes culturales de determinado grupo social.

Su “apertura” suele acarrear tantas críticas como su tentación al solipsismo como “templo del arte” o montaña de Mahoma. Como otras veces, las primeras voces que se alzaron con pasión frente al museo fueron las vanguardias de principios del XX. No mucho después el gesto de Duchamp relativizaría “desde adentro” las pertinencias de la institución para juzgar que es arte y que no, es decir: que entra (y cuando) o no en el museo. Los gestos experimentales desde los 50s y la vorágine performática de mediados de los 60's apuntando en dirección de una posible desmaterialización, hicieron temblar como nunca sus estructuras, y consecuentemente la museología empezó a tomar más en serio teorizar sobre su futuro. Se reconoce a George Henri Rivière como el artifice de lo que se dio por hacer efectivo a principio de los 70's como “Nueva Museología”. A través de su famoso texto *Curso de Museología*, Rivière patentizó las bases de lo que se conoce hasta hoy con nombre propio. En Latinoamérica esa nueva concepción encontró terreno fértil debido principalmente al panorama político y el avance de la mirada histórica revisionista como lo evidencia la organización de la “Mesa Redonda por el desarrollo del papel de los museos en el mundo contemporáneo”, en Mayo del 72 en el vecino Chile. Mas o menos estas concepciones remarcaban el compromiso del museo por adecuarse a nuevas miradas y procedimientos a fines de “satisfacer las demandas de grandes masas de población ansiosa de llegar, a través del conocimiento de su patrimonio natural y cultural pasado y presente, a una vida más prospera y feliz, lo que obliga a los museos muchas veces a asumir funciones que en países de desarrollo superior están a cargo de otros organismos”; como rezaba su estatuto.

Consecuencia de esta muda de mirada sobre la institución museística nació la premisa de que el museo como institución al servicio de una sociedad en constante cambio, debe necesariamente adaptarse y dialogar con ella pues su función es servirle. Si bien a mediados de los 80's una nueva corriente autodefinida como *museología crítica*, puso en revisión varios de sus presupuestos, lo cierto es que el legado conceptual de la nueva museología es el que persiste. El museo nuevo como institución dentro de una coyuntura nacional y mundial no está jamás exento de los alcances en materia social, política y económica. Por ende y debido al repliegue del papel estatal producto del neoliberalismo, sus recortes presupuestarios y grandes gastos, lo obligaron a establecer nuevas estrategias de supervivencia (en el caso de los museos nacionales o subvencionados) que terminaron en algunos casos ingresándolo en la vasta competencia por la oferta cultural junto a diversas alternativas que administran productos culturales y que no guardan relación con la jerarquía de

un museo.

Esta mirada puede servirnos de modo referencial para entender a su vez otras motivaciones, por las cuales la *Nueva Museología* también impulsa la apropiación y uso de nuevas tecnologías en el espacio del museo a modo de enriquecer la propuesta: acercar contenidos actualizados, tender a un mayor alcance y por supuesto, competir por los beneficios de ganar la batalla por la agenda cultural.

### **La Virtualización del Museo: Tecnologías digitales en la Nueva Museología**

Como se ha visto las nuevas políticas museológicas que solidificaron a principios de los años 70's, permiten la apertura del museo a los avances tecnológicos en respuesta a las transformaciones de las sociedades a las que sirven, ya sea pensados por su función pedagógica, por su lógica de actualización constante o por brindar contenidos calibrados a los intereses de los visitantes. De este modo un terreno para la investigación se despliega dando espacio a diversas miradas y propuestas desde campos anteriormente ajenos al hacer museológico. Provenientes de las ciencias sociales: psicología, antropología, o de las altas esferas de la innovación tecnológica, el museo se vuelve terreno de experimentación. Se reformulan entonces las nociones de territorio, espacio y recorrido. Unidos al turismo, hábitos y estética, surge la idea de *performance*<sup>1</sup> como medida de representatividad de los métodos de acceso a teatros o museos, aporta resultados estadísticos e índices a la vez que pondera su cualidad configurativa sensible. Por el lado de la innovación tecnológica, la institución es permeable y gradual desde sus comienzos, ya sea incorporando las posibilidades técnicas básicas en materia de seguridad patrimonial o en la búsqueda de mayor eficacia en el peritaje de autenticidad de obras. Se usa información digitalizada, audio y video guías, hasta incluso inteligencia artificial (*e-museo*)<sup>2</sup> en la interacción del museo con sus visitantes. De igual modo lo que empezó como una tímida digitalización de los elementos conformativos más representativos de su patrimonio, terminó por abarcar a veces colecciones enteras o monumentos gigantescos que conforman el patrimonio universal, es así que mediante unos clicks hoy pueden visitarse los museos más importantes del mundo como el *Louvre*, *El Hermitage*, el *MOMA*, El *Metropolitan de NY*, etc junto a las *Pirámides de Egipto*, *Stoneage* o *La Muralla China*, convirtiendo al mundo en un *museo a cielo abierto*.

Un uso ya popularizado es el de la tecnología como eje del dispositivo de *recorrido virtual*. Entendemos por *recorrido virtual* una *simulación digitalizada* de las características espaciales del museo factual a fin de que el visitante se sumerja en una experiencia “similar” a la que obtendría si recorriera el museo “físico”, es decir el espacio arquitectónico, interactuando además con las obras.

---

<sup>1</sup> Kirschenblatt-Gimblett. Bárbara. “Performing Live”

<sup>2</sup> Stathopoulos Third International Conference of Museology & AVICOM Mytilene, 2006

## **Lévy y los niveles de inmersión**

La realidad virtual se presenta mediante el uso de dispositivos tecnológicos como un espacio arquitectónico simulado por escenas y objetos de apariencia real que afectan la percepción del usuario generándole la sensación de estar inmerso en él.

La construcción de entornos o espacios virtuales pone en jaque los conceptos y relaciones espacio temporales tal y como los conocíamos hasta ahora ya que permiten la interacción con elementos que no se encuentran en el espacio real en el que el usuario habita.

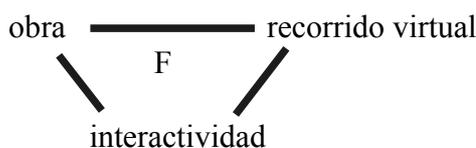
De cualquier modo no todos los entornos de realidad virtual producen con eficacia la alienación total respecto del marco factual en el que se nos presenta. En su texto “Qué es lo Virtual” (1999), el filósofo francés Pierre Lévy ha caracterizado la virtualización por *niveles de inmersión*. Estos propiciarían que el usuario se sumerja de modo gradual en la dimensión simulada. En un primer nivel estarían los entornos de fácil reconocimiento como escenas construidas digitalmente, es decir que no hacen posible el sumergirse en sentido literal.

Un instancia de ello sería el uso del ordenador personal por ejemplo a fin de revisar el correo o simplemente ver un video en alguna web o disco duro, subyace un pacto de lectura que no demanda el desconocimiento del entorno real, es similar a lo que sucede cuando vamos al cine. En un nivel intermedio podemos situar aquellos entornos en los que se requiere una interacción más comprometida y de la que depende el sentido de la representación virtual. Finalmente en el extremo mayor tendríamos sistemas más complejos de recreación de espacios “físicos” a través de dispositivos virtuales específicos como guantes, sensores o casco en los que estamos obligados a ver solo lo que el visor nos permite.

Actualmente la museología moderna emplea en sus recorridos -tanto virtuales como en el propio museo tradicional- elementos periféricos de virtualización a fin de enriquecer las experiencias, *códigos de scaneo QR* para realidad aumentada, propician la interacción del usuario/visitante con las obras. Así mismo otras posibilidades interactivas como información mediante clicks o comandos vocales, ambientación sonora y manipulación de las obras digitalizadas complementan la experiencia en los *recorridos virtuales*.

### El Eje Propuesto:

A-Entendemos por *museo virtual*, al museo de existencia *online* que se ocupa de presentar sus contenidos mediante características técnicas representativas, recurriendo a la simulación de obras factuales mediante su virtualización. Apuesta éste por una recreación de la espacialidad tridimensional computarizada que implica un pacto de inmersión interactiva por parte del visitante . En esta dinámica además, el recorrido simulado e interactivo se vuelve anexo de la obra plástica exhibida, siendo la fruición subsidiaria a estas instancias:



En este trabajo hemos incorporado a fines de un estudio contrastivo con el objeto de nuestra tesis, a uno de estos museos que basan su hacer en la experiencia del *recorrido virtual* tal y como fue descrito en el párrafo anterior. Se trata de la página web del *museo MACRO*<sup>1</sup> (Museo de Arte Contemporáneo de la Ciudad de Rosario). Se intenta con esto a caracterizar a lo que consideraremos contracara del *museo digital* , se trata del *museo virtual*.

Recapitulando:

*virtual: aquello que se presenta como una simulación de un objeto con existencia material*

*digital: que usa el sistema digital, en este caso binario (el lenguaje de las computadoras)*

Como puede desprenderse de esta configuración, *lo virtual* puede ser deudor de un proceso de digitalización computarizada, (como sucede en el caso de la página web del museo MACRO, “virtualización” del museo del mismo nombre). Por otra parte *lo digital* conlleva al menos siempre un primer nivel de virtualización ya que una instancia de interacción a través del dispositivo computacional requiere una representación de los datos binarios en la pantalla como imágenes, texto o sonido (pero como veremos luego, esto es escaso o se presenta solo si es parte conceptual de la obra expuesta). Observamos entonces que se necesitará introducir otra variable a fin de delimitar las pertinencias de nuestro objeto de estudio: el *museo digital* , ya que como hemos visto, ambos tipos de museo son deudores de la inclusión del dispositivo tecnológico computarizado en el ámbito museológico.

---

<sup>1</sup> MACRO: <http://www.argentinavirtual.educ.ar/macro>

### **La Variable “Obra”: Aobjetualidad o Referente**

Hay una recurrencia a asociar los términos *virtual* y *digital* que desde la hipótesis de este trabajo no colabora en arrojar luz suficiente sobre las particularidades de las dos clases de museos de existencia en la *web* que investigamos: *museo virtual* y *museo digital*. La divergencia principal entre estos abordajes y nuestro universo de análisis actual, se halla precisamente en este punto.

B- Entendemos por museo digital al museo que tiene existencia en la red a través de procedimientos técnico digitales en los que son necesarios escasos o mínimos grados de virtualización (entendida desde los niveles propuestos por Pierre Lèvy), es decir en la que el pacto que opera no implica el simulacro del modo que Baudrillard <sup>1</sup> caracteriza la presencia de las imágenes, sencillamente en primer lugar por que *no existe otra imagen factual que funcione de referente*. El museo digital trabaja con obras que son creadas exclusivamente para una existencia *online*, no representan a un referente “físico” en el espacio y tiempo tal y como lo entendemos en la cotidianeidad (es decir fuera del mundo inmersivo de las computadoras), se trata de creaciones algorítmicas que tienen su *primer presencia en el discurso del arte* como imágenes técnicas devenidas de la imaginación del artista/operador.

Si estas obras no representan un *referente* factual como sucede en el caso del *museo virtual(izado)*, hablamos de un patrimonio *aobjetual* que habita el museo. Esta imagen conceptual es necesaria para entender su operatoria puesto que en rigor, lo que almacena en virtud de “obra” el museo digital, no es más que un algoritmo que aparece y desaparece frente a nuestros ojos cada vez que es solicitado. El mismo nunca “existe” como “objeto imagen” en el propio museo, excepto como *datos binarios* (digitales) en un disco rígido.

Cuando Mc Luhan hablaba del medio como mensaje, también estaba abriendo el campo teórico a la contemplación de presencias *basadas en la técnica* en las que una operatoria define al objeto (o *aobjeto*) como el texto y no al revés. Observamos que las obras del *museo digital* no tienen un referente físico en el universo como si sucede con el *museo virtual* en la que cada obra expuesta es una simulación técnica de una “cosa” expuesta en otro espacio. Es lógico pensar entonces que estos nuevos modos de hacer son permeables de constituir nuevos lenguajes.

En su libro “*TECNOPOÉTICAS ARGENTINAS- Archivo blando de arte y tecnología*”, la investigadora Claudia Kozak releva cientos de prácticas relacionadas al mundo del arte y la tecnología (entre ellas el arte digital). Su obra funcionaria como un diccionario de estas prácticas advirtiendo que son casi inabarcables, ya que nuevas modalidades van surgiendo constantemente.

*Net-art, data-bending, data-mosh, glitch, spam-art, hacktivismo, game-art*, etc. son algunas de las nuevas apropiaciones que dialogan con este dispositivo. Estos géneros deben su existencia en producción y reconocimiento al dispositivo computacional inmerso en la red, y no pueden ser expuestos de otro modo sin alterar esta configuración. Los intentos por llevar estas obras a los museos tradicionales, no concebidos para sus necesidades, incurren en una transposición (fotografía, escaneo, ploteo, instalación, etc.) que separa las dos instancias, presentando finalmente a modo en que se entiende en este trabajo, una obra diferente.

## **2.2/ Formulación del problema:**

La práctica artística viene incorporando desde principios del siglo pasado nuevos medios y nuevos sistemas de comunicación, los cuales ejercen presión e influencia en el abandono de cierto academicismo y especificidades en relación a modos tradicionales de producir y conectar. De igual forma, alteran también los fundamentos ontológicos de la crítica y estética. Es pertinente entonces, hallar y diseñar formaciones teóricas que permitan la asimilación y reflexión de estas nuevas modalidades como los fenómenos estéticos contemporáneos que son, en su construcción de obras poético-tecnológicas.

Otro punto importante es que previo al museo digital, las obras artístico-tecnológicas de los nuevos medios se hallan fragmentadas en la extensa red y lo que parecieran una democratización de distribución, fracasa en su efectivo alcance, careciendo además de una mirada mediadora crítico-curatorial sin un referente institucional que funcione de orientación al público.

Esta realidad expansiva y ya no restrictiva, genera paradójicamente *sobreinformación*, junto a un aislamiento en la individualidad que implica un espacio propio por cada obra. Slavoj Žižek<sup>1</sup> hace alusión a aquel ingenioso giro Lacaneano de la célebre frase de Dostoyevski, poniéndolo a jugar en esta coyuntura del ciberespacio:

“Si Dios no existe entonces Nada está permitido”

Lejos se está de bregar por una postura absolutista ni defender una mirada única sobre la producción artística digital, pero es menester reconocer que una guía crítica y una organización temática, conceptual (curatorial) son necesarias en la elaboración de sistemas de mediación y diálogo con los artistas, y sobretodo, en una efectiva transmisión comunicacional con el público. ¿No es acaso esta, una de las razones de ser de la crítica?

---

<sup>1</sup> Žižek, S. “*Lacrimae rerum. Ensayos sobre cine moderno y ciberespacio*”. (2006) Debate

Tomando parte activa en la resolución de aquellas problemáticas, el *museo digital* surge con la intención de saldar muchas de estas cuestiones, estableciendo un vínculo con artistas de la era *postdigital* y público de la web, restableciendo la mirada institucional sobre la modalidad individualista que termina aislando tanto a fenómenos como a creadores, y que a largo plazo solo contribuye a ponderar unas pocas figuras recurrentes.

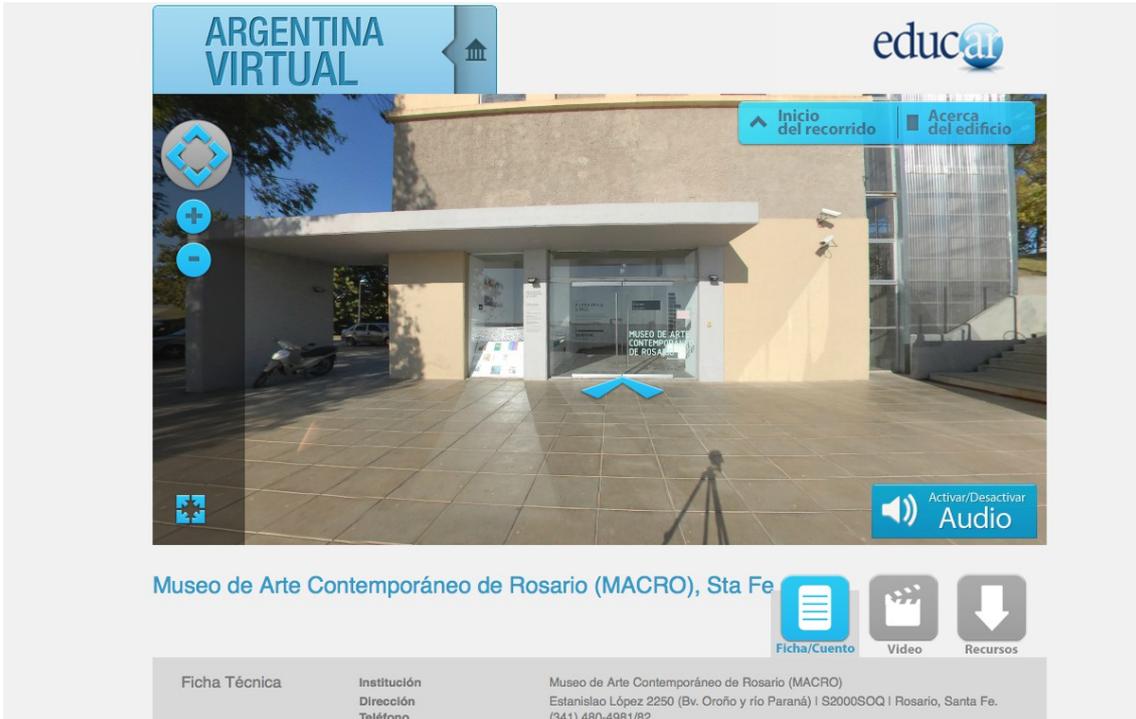
Los fundamentos expuestos hasta acá, funcionan como una producción teórica producto de las hipótesis del autor y de la investigación bibliográfica en conjunto. Pero es necesario además señalar los resultados del análisis formal de las 2 clases de museo propuestas, a las que se ha definido su especificidad. Sin esta etapa en la producción de nuestro discurso no hubiese sido posible demarcar los límites de ambos. En las variables propuestas de funcionamiento, patrimonio, materialidad o acceso, se basan también los postulados de estas diferencias.

### **3/ Informe – Análisis Contrastivo**

Con premisa metodológica cualitativa, la presente investigación confronta dos elementos textuales: la página web del MACRO (fig. 1) y el sitio web *Espacio Byte* (fig. 2), seleccionados debido a su *naturaleza indicial* y acorde a los intereses epistemológicos de este trabajo.

Siguiendo los conceptos sugeridos por Oscar Steimberg acerca de las *proposiciones de género y estilo*, en las que se caracterizan tres dimensiones operatorias; se recurrió también a secuencias de análisis contrastivas, organizadas también en tres niveles (*aspectos conformativos, relativas al patrimonio y en relación al recorrido que proponen o presuponen*), obteniendo los resultados formales que apuntalan nuestra argumentación.

En la búsqueda de rasgos diferenciados tipológicos, que excedieran en su operatoria la matriz compartida como “museos tecnológicos” que son, relevamos los elementos propicios para delimitar a cada uno. Nos hallamos así ante dos prototipos museológicos bien distintos, en lo que aislamos como: *museo virtual* y *museo digital* respectivamente.



*Fig. 1 Inicio del recorrido museo virtual MACRO*



*Fig. 2 Interface inicio museo digital EspacioByte*

## Desglose de Estudio en Tablas Comparativas

### **Eje 1 Aspectos Conformativos**

|                      | Espacio Byte | MACRO (virtual)                       |
|----------------------|--------------|---------------------------------------|
| V 1-Existencia       | Virtual      | Virtual                               |
| V 2-Unicidad         | Único        | Mediatización                         |
| V 3-Organización     | Autónomo     | Dependiente del Museo B.A Castagnino. |
| V 4- Responsabilidad | Director     | Director Museo Real.                  |

En este primer eje se incluyeron 4 variables con intención de situar contextualmente en relación a aspectos materiales, la inserción de ambos museos en el espacio social.

La primer variable corresponde a la particular conformación de ambos museos. Espacio byte es un espacio museográfico de existencia virtual compartiendo esta característica con su par contrastivo, pero es una cualidad que responde a un orden diferente en ambos casos ya que como nos muestra la variable 2, Espacio Byte<sup>1</sup> (*museo digital*), circunscribe su existencia a esa única posibilidad, mientras que el índice contrastivo (*museo virtual*) es una mediatización digitalizada de un museo en sentido tradicional: “Museo de Arte Contemporáneo de Rosario (MACRO)<sup>2</sup>”, siendo su función virtualizar la experiencia de acceso a las colecciones de este, en modo ubicuo.

La variable 3 se centra en sí estas 2 caracterizaciones guardan un correlato organizativo jerárquico en su calidad de establecimientos virtuales. Relevamos que el *museo digital* presenta una dirección propia, mientras que el *museo virtual*, es dependiente de la dirección del Museo de Arte Contemporáneo de Rosario (MACRO).

### **Eje 2 Patrimonio**

|                        | Espacio Byte                                                            | MACRO (virtual)                           |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Incremento patrimonial | Donación, Enlaces, Licencias, independiente trato directo con artistas. | Compra, Donación, Plan de Adquisiciones   |
| Procedencia            | Cosmopolita                                                             | Localista y nacional                      |
| Intereses              | Conservación<br>Catálogo<br>Documentación                               | Conservación<br>Catálogo<br>Documentación |

|                 |                                                                   |                                                                        |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
|                 | Divulgación.                                                      | Promoción del patrimonio existente en el Museo Real                    |
| Recursos        | Autogestión, incorporación de sponsors, ayuda mediante concursos. | Fondos Nacionales<br>Aportes Empresas privadas<br>Fundación Castagnino |
| Estilo de obras | Post Digital                                                      | Moderno y Contemporáneo                                                |

Relativo a la gestión del patrimonio del museo observamos ciertas particularidades. En el caso del *museo digital* “Espacio Byte”, la naturaleza *objetual* de las producciones artísticas genera modos particulares de transacciones. La obra digital posee características que impiden su fetichización objetual, no es única. Si bien los archivos digitales poseen una existencia como “bytes” copiados en cada computadora que los aloja, sus posibilidades de reproductibilidad son infinitas sin degradación. Gracias a ello, sin la preocupación de desprenderse de una obra original, los creadores ceden o permiten a través de licencias el alojamiento para divulgación, conservación, catálogo, etc. El *museo virtual* por su parte, funciona como una representación mediante una imagen técnica, de un objeto existente en el museo factual (en este caso el Museo MACRO emplazado en la ciudad de Rosario). Es dependiente entonces de la implementación de obra por este último a través de la compra, o donaciones de piezas únicas o quizás reproducciones seriadas previo a su proceso de mediatización.

Como parte de las nuevas tendencias museográficas ambos museos están abiertos al *sponsoreo* o donaciones privadas, pero a su vez el *museo virtual* del MACRO goza de apoyo estatal, con presupuesto designado a su gestión. En cuanto a la procedencia de las obras, el contenido del *museo digital* para cada temática de curación expuesta tiene la premisa de incorporar siempre algún artista argentino junto a extranjeros a fines de posicionar la producción local y entablar diálogos.

Finalmente, es el tipo de obras en cada uno de los museos lo que marca una gran distancia respectivamente. En el caso del *museo virtual* MACRO, su patrimonio está ligado sin excepción a las obras que su referente físico posee. Hablamos del museo de arte contemporáneo de Rosario, su colección presenta una vasta compilación de obras de artistas argentinos contemporáneos, pero los lenguajes dispuestos transitan en su mayoría formatos tradicionales como pintura o fotografía. Encontramos también instalaciones con objetos y video en algunas muestras temporales pero ninguna exclusiva de arte digital.

Espacio Byte en cambio, tiene la premisa es ocuparse exclusivamente de arte digital, incrementando su patrimonio basado en una política institucional que selecciona y agrupa artistas de acuerdo a intereses



Fig. 3 Acceso a muestras museo virtual MACRO

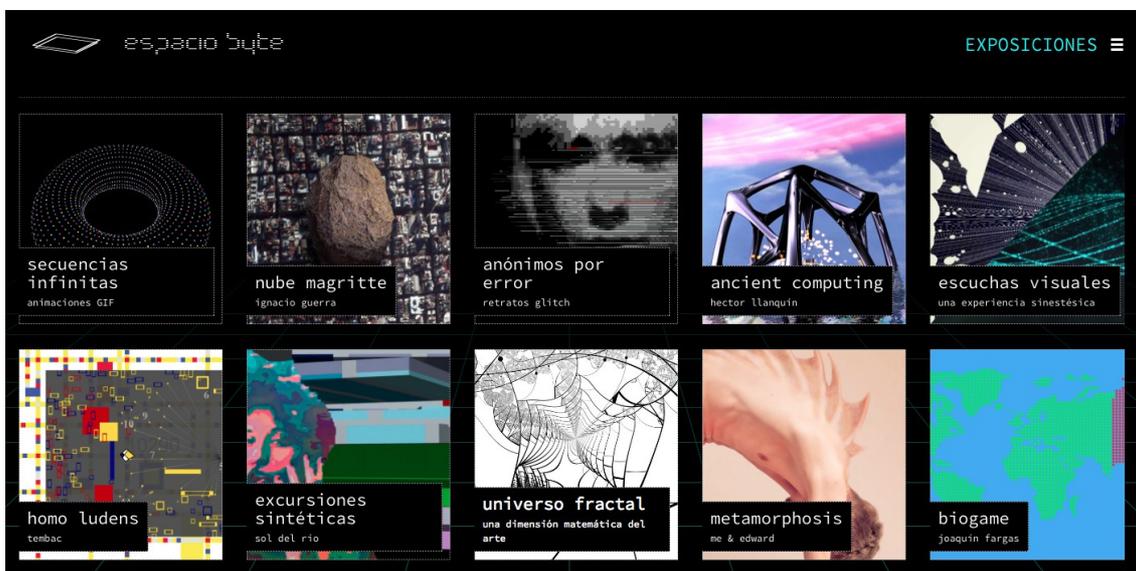


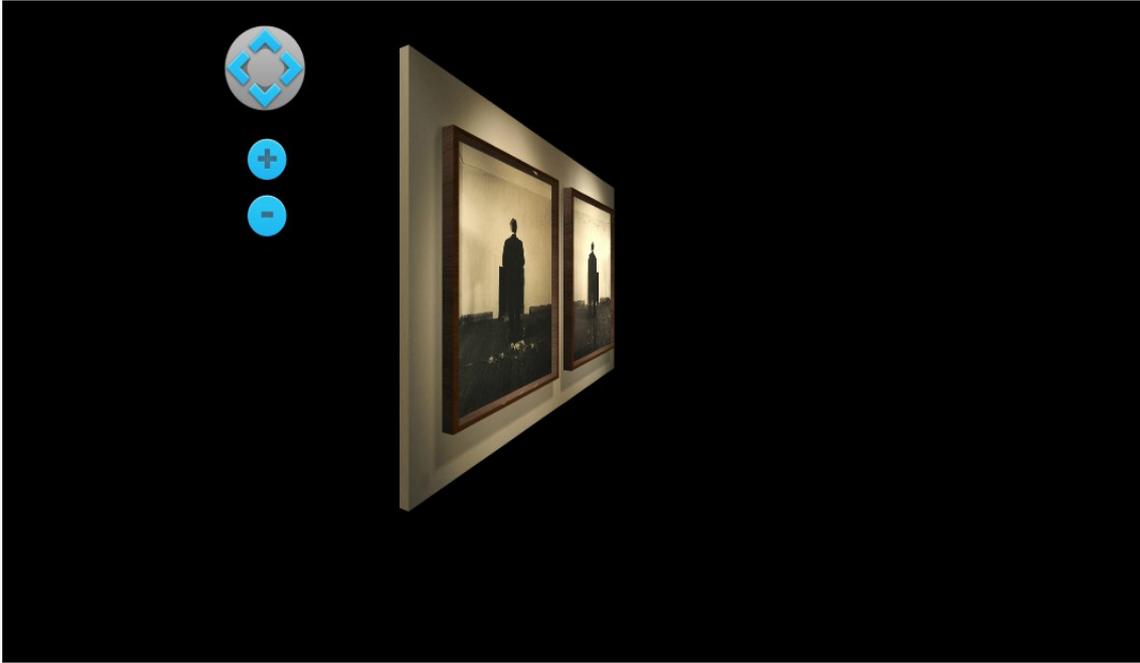
Fig. 4 Acceso a colecciones museo digital EspacioByte

curatoriales, y que parece orientada en la búsqueda de nuevos géneros, como pueden ser el *game-art*, *glitch-art*, el *gif-art*, *net-art*, etc.

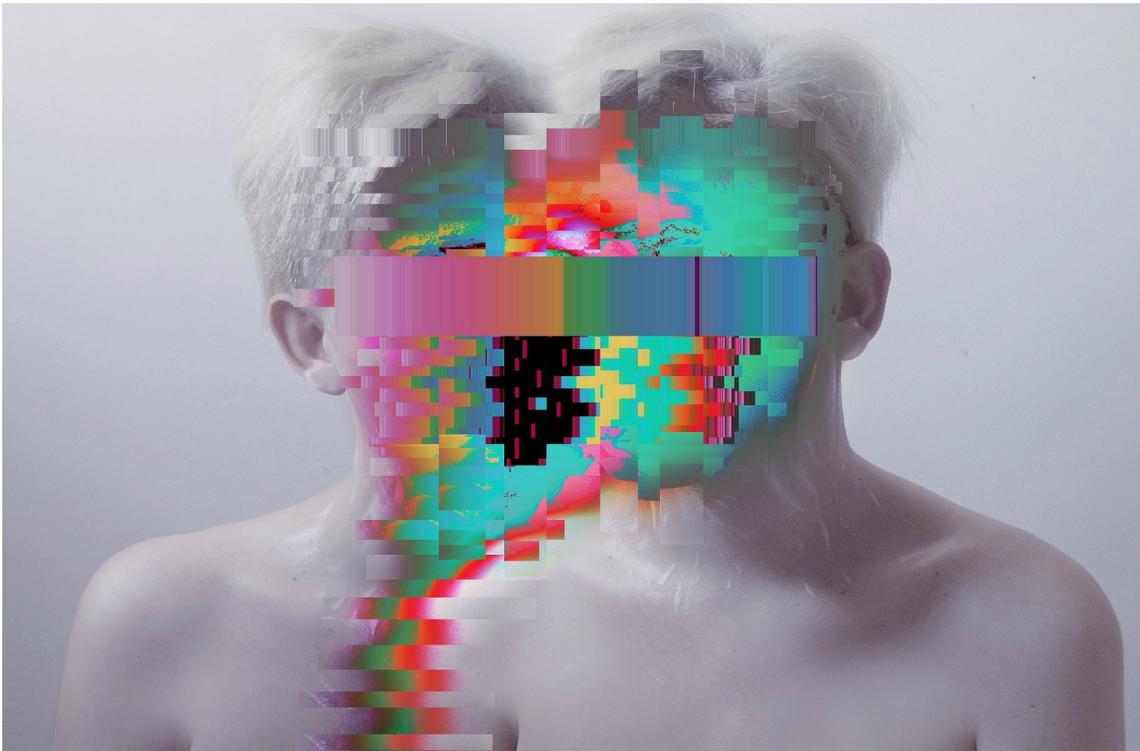
### **Eje 3** **Accesibilidad y Recorridos**

|                         | Espacio Byte                                                                                                        | MACRO                                                                                                                                            |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Aspecto Interface       | Minimalista<br>Sobria. Interface B&N                                                                                | Recargado<br>Simil páginas Instituciones<br>Estatales, Funcional,<br>Colores Patrios                                                             |
| Accesibilidad           | Intuitivo                                                                                                           | Más elaborado pero con<br>rápida curva de aprendizaje.                                                                                           |
| Complejidad             | sencillez                                                                                                           | Intermedia<br>requiere mayor destreza<br>con dispositivo                                                                                         |
| Volumen de Obras        | Menor                                                                                                               | Densa, No todas poseen<br>interactividad total                                                                                                   |
| Lógicas de recorrido    | Orden temático<br>curatorial y por autor que<br>permite acceso optativo.<br>(fig. 4)                                | Enfatiza un orden de<br>recorrido ligado a la<br>estructura del edificio (por<br>pisos) pero permite algunos<br>saltos.<br>(fig. 3)              |
| Paratextualidad         | Introdutorio, explicativo y<br>crítico. Breve Reseña de<br>autores. Instrucciones de<br>interactividad con la obra. | Referencial, Básica, Reseña<br>autor/es. El mismo<br>disponible en audio guía.<br>Exhaustividad del<br>dispositivo exhibitivo<br>tridimensional. |
| Rol tecnológico         | Cada obra desarrolla su<br>formato.                                                                                 | Hay obras que contienen<br>marcadores para realidad<br>aumentada y otras que no,<br>lógica exhibitiva.                                           |
| Reenvíos a otros sitios | Páginas de artistas<br>institucionales que<br>patrocinan.                                                           | Links culturales<br>gubernamentales.                                                                                                             |

El análisis formal de estos museos, destaca particularidades también en el recorrido que proponen, hallando una retoricidad propia en cada caso, aún cuando comparten la temática de la interactividad. Configuran entonces relaciones enunciativas diferenciadas por consecuencia.



*Fig. 5 Interacción con obra en reconocimiento museo virtual MACRO*



*Fig. 6 La interacción con las imágenes depende de las demandas fijadas por la propia obra museo digital Espaciobyte.*

Como muestra última tabla, relevamos información de mayor densidad en el *museo virtual (MACRO)*, debido a que plantea un recorrido similar al que puede realizarse en un museo tradicional. Con varios enlaces y paratextualidad desde la primer página, a su vez ciertos elementos del recorrido funcionan con opciones *3d* y *realidad aumentada*, que frenan momentáneamente el recorrido, y nos sugieren elegir algunas de estas opciones: en algunos casos se debe imprimir un marcador o simplemente fotografiarlo para que al encender nuestra webcam, la interface lo reconozca.

Por su parte *EspacioByte* (museo digital) no realiza transposiciones de las obras que expone y cada una es experimentada desde su propio dispositivo (fig. 6). Es así que siguiendo su lógica, en algunas instancias particulares como en lo referido a la colección "*game-art*", surja un paratexto instructivo o de referencia a requerimientos de sistema para experimentar la obra. El recorrido en *MACRO* en cambio añade experiencias interactivas que no son propias de la obra (fig. 5), si no que intentan aprovechar las posibilidades tecnológicas del dispositivo con añadidos netamente virtuales.

No puede hablarse tampoco de un recorrido pautado del *museo digital Espacio Byte*, que posee *consciencia de página web*, es decir no simula una arquitectura que no existe en lo factual. Cada usuario de acuerdo a su interés, elige una u otra colección ordenada por géneros, se desplegará un paratexto introductorio, mucho más elaborado éste que el propuesto por el *museo virtual MACRO*, y unas miniaturas-enlace de las obras, permeables a los saltos hipertextuales. Además el *museo virtual* focaliza la experiencia del recorrido desde otro nivel, funcionando en principio como representación de la experiencia real (comienzo desde la puerta de calle, señalizaciones de sentido, visión 360, etc.) a la que luego va adicionando instancias de inmersión mediante el uso de dispositivos de realidad aumentada. Como puede observarse, la tecnología en ambos casos ocupa roles bien distintos.

Es pertinente complementar nuestro registro formal, recordando que la virtualización del *MACRO* surge de la campaña "Argentina Virtual" que se propone revalorizar algunos museos elegidos, incorporando obras, modificando infraestructura y digitalizando las colecciones para ofrecer un acceso democrático, federalista al patrimonio cultural nacional. Así, el museo virtual del *MACRO* tiene una fuerte impronta pedagógica pero también exhibitiva, configurando una relación enunciativa muy distinta a la que establece el museo digital, más pequeña en este aspecto, sectorizada quizás pero con una interface sencilla que no limita el acceso a cualquier usuario con curiosidad por sus contenidos. Su dimensión enunciativa por consiguiente construye una relación tanto de "proveedora de contenido específico" para usuarios que accedan a través de los *tags* temáticos de cualquier buscador y a la vez, de difusión, de estas prácticas tan recientes para "curiosos no

especializados”, acompañadas de paratextos editoriales que contemplan además mirada crítica.

## **4. Fuentes**

### **4.1 Bibliografía empleada**

- BALLART, J (2001) “Gestión del Patrimonio Cultural”. Barcelona, Ariel
- BELLIDO GANT, ML (2001) “Arte, Museos y Nuevas Tecnologías”. Gijón, Trea S.L
- BELLIDO GANT, ML; TORRES, Luis (2011) “Los Museos De Los Nuevos Medios: Virtualidad E Interacción Como Nuevos Paradigmas Del Conocimiento Y La Difusión”. Un. De Granada.
- BELLIDO GANT, M L (2006) “La red como objeto de reflexión museológica”, en *La Museología y la Historia del Arte*. Universidad de Murcia.
- CIRUELLO G, Lourdes (1995-2000) "Arte de Internet, Génesis de un Nuevo Soporte Artístico". Universidad del País Vasco.
- GENETTE, G(1997) *La Obra de Arte*, Barcelona, Lumen
- GIANNETTI, C (1997) “Estética de la simulación”, en: Giannetti, Claudia (ed.), *Arte en la era electrónica - Perspectivas de una nueva estética*, Barcelona, ACC
- L’Angelot/Goethe Institut de Barcelona.
- GIANNETTI, C (2002) “La producción de contenidos culturales (2): arte, patrimonio, canales de difusión”, en: <http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/giannetti0602/giannetti-0602.html>
- HANHARDT, John G (1994) “Reflexiones sobre el museo en la era de la realidad virtual” en *La realidad virtual*, número monográfico de *La Revista de Occidente*, n. 153. Madrid.
- KOZAK, C (2005) “Tecno-poéticas”, Buenos Aires, Caja Negra
- KOZAK, C (2009) “Ludión. Exploratorio argentino de poéticas / políticas tecnológicas”, en: [www.ludion.com.ar](http://www.ludion.com.ar)
- MALDONADO, T. (1999) “Lo real y lo virtual” Barcelona, Gedisa.
- LEVIS, D. (2009) “La pantalla ubicua” Bs.As, La Crujía
- LÉVY, Pierre (2000) “¿Qué es lo Virtual?”. España, Paidós
- LIESER, W (2009) “Arte Digital- Nuevos caminos del Arte”. H.F. Ullman
- PATIAS, P (2008) "The Development Of An E-Museum For Contemporary Arts". en *Laboratory of Photogrammetry and Remote Sensing, Faculty of Rural & Surveying Engineering, The Aristotle University of Thessaloniki. Greece.*
- RIVIERE, G H (1989-1993) “Curso de Museología”. Madrid, Akal
- STATHOPOULOS, Panagiotis (2006) " E-Museum - A Content Management System For Providing Museum Visitors With Personalized Audiovisual Information". Greece.
- STEIMBERG, O (1993) "Semiótica de los medios masivos" .Bs.As. Atuel
- TATAVITTO, S (2014) “Contrastar, oponer: tradición semiótica y Grounded Theory”, mimeo.
- TONTA, Yasar (2006) "Libraries and museums in the flat world: Are they becoming virtual destinations?". Paper presented at Sofia 2006: 6 Globalization, Digitization, Access, and Preservation of Cultural Heritage, 8-10 November 2006, Sofia, Bulgaria.
- ZIZEK, Slavoj (2006) "Lacrimae Rerum- Ensayo sobre cine moderno y ciberespacio". Buenos Aires, Debate.

## 5. Ámbitos de Intervención Crítica

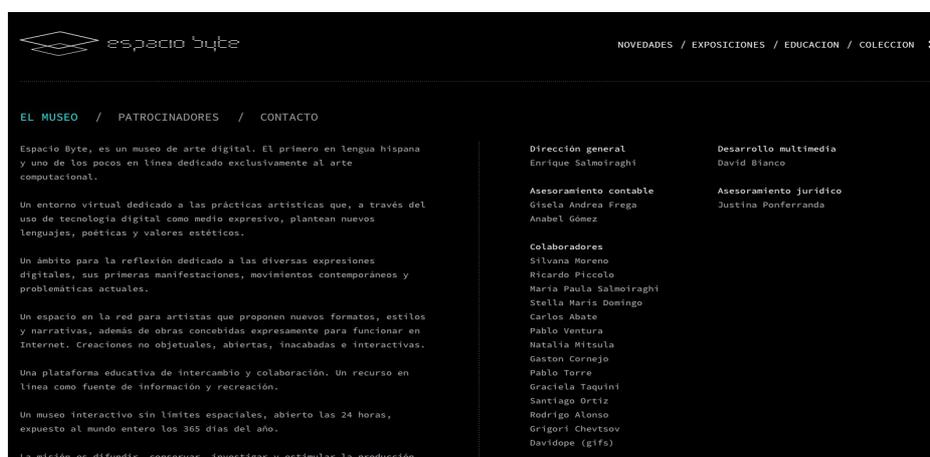
### 5.1- Análisis de Emplazamientos:

Se han definido tres espacios de emplazamiento para las intervenciones críticas correspondientes y han sido seleccionados siguiendo un criterio clasificatorio como muestra este esquema:

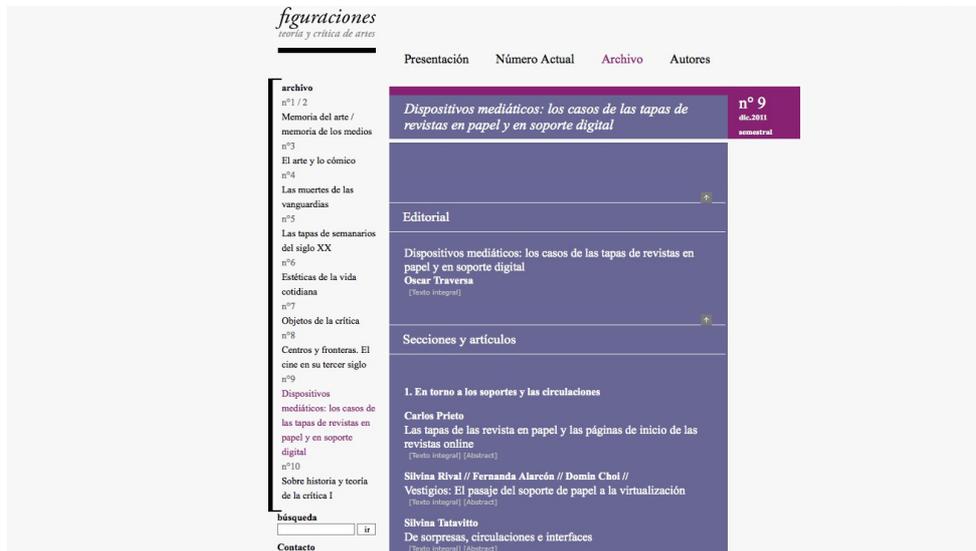
|                       | <b>I- Para personas familiarizadas con el fenómeno</b> | <b>II- Para Personas dentro del propio ámbito académico</b> | <b>III-Para Personas que no conozcan el fenómeno</b> |
|-----------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <b>Objetivos</b>      | Información<br>Difusión                                | Vigencia<br>Atención<br>Visibilidad                         | Iniciación<br>Orientación<br>(*Didáctico)            |
| <b>Dispositivo</b>    | Texto Presentación<br>Web                              | Entrada Revista<br>“Figuraciones”                           | Artículo periodístico<br>informativo<br>Revista      |
| <b>Público</b>        | Visitantes de museo digital<br>“EspacioByte”           | Campo/<br>UNA                                               | Lectores<br>Revista masculinas<br>“Trendy”           |
| <b>Palabras Clave</b> | Arte Digital                                           | Problemática y<br>Museo                                     | Novedad                                              |

### 5.2- Relativo a los espacios:

a)- **Texto en Página Museo-** Para la gente que sigue el fenómeno. Texto presentación el web site de un Museo Digital (pudiendo tomarse como ejemplo el mismo espacio). También puede articularse dentro de un texto curatorial de una muestra hipotética . La extensión se adapta al estilo del site.



b)- **Entrada en revista “Figuraciones”** – Con el fin de dirigirse a los propios actores del campo en la vida académica de la institución . La intención es mantener atención, reciclar la visibilidad sobre el fenómeno . La extensión es acotada al formato de la revista.



c)- **Nota en sección "Tecno" en Revista masculina de ocio y tendencias -**  
 En respuesta a nuevos hábitos de consumo desde la diferencia estética en la elección de contenidos hallamos un público atento a las novedades con fuerte predilección por innovaciones desde el lado de la tecnología y/o el ocio web. Revistas como *Brando* presentan una sección "tecno" entre los temas que ocupan donde puede encuadrarse una nota de difusión que capte la atención desde ese aspecto .



## **6- Plan de producción de piezas críticas y difusión**

### **6.1 Revisión**

### **6.2 Punteo de los contenidos generales**

### **6.3 Componentes y articulación**

#### **1-Primer producto:**

Tal y como se especificara en el componente anterior, este primer producto está pensado como texto presentación (*web site*) de un museo digital, como referencia formal usaremos el museo digital *EspacioByte* habiendo sido revisada y definida su especificidad.

Caracterizado esta vez como un texto de recepción al espacio en cuestión en la sección *inicio* del *website* como se ha dicho, el eje temático unirá una instancia de presentación con cierta tendencia metacrítica sobre la figura “museo”, construyendo una espacialidad en su área con la finalidad de justificar su presencia. Además, se argumentará su importancia de modo concreto en relación a las obras que conforman el patrimonio del site.

El mismo texto pretende además ser una abierta invitación a creadores que se ajusten al formato del museo a través de una retórica que destaca la importancia relacional entre la institución y los artistas tanto con el público, que en su mayoría suele ser gente con conocimientos e intereses por los lenguajes de producción digital.

Por tanto el nivel léxico recorrerá al menos 3 instancias:

- a)- El formato predeterminado (o línea editorial) del *website*
  - b)-Un aporte de mirada crítica muy acotada en disertaciones y problemáticas ya que más bien el texto construirá un cuerpo que despierte interés en los contenidos del museo, a través de una prosa también intencionada por lo estético.
  - c)- Y por último un estilo lingüístico pautado que conecte estas 2 instancias con el propio de los visitantes (consumidores / prosumidores de arte digital). Se contempla una relación enunciativa fuertemente simétrica, en la que pueden por ejemplo estar presentes muchos neologismos y especificidades de las que se presupone reconocimiento, matizados eso si con algunos pies de página y/o enlaces para los visitantes menos familiarizados que constituyen un público al que se pretende también acercar.
- En cuanto a la estructura formal de este primer texto, como ya se dijo mantendrá ( y compartirá con la interface-menú de navegación ) un estilo de enlaces con reenvíos, siguiendo las posibilidades de una página web, pero también, algunos elementos típicos textuales a ser: título y subtítulo o epígrafe y pie de página.

La extensión está pensada breve, condensada, ligada al estilo de internet y principalmente a las particularidades del site.

## **2- Segundo Producto**

El segundo producto corresponde a una entrada en una revista del campo institucional (revista figuraciones) Se apuntará a este producto como el lugar de despliegue de los desarrollos investigativos, articulados entre la instancia científicista y la discursividad crítica.

Figuraciones presenta un formato muy marcado donde la entrada/texto se estructura primero dentro de un tema general de acuerdo a cada número de la revista. Ese primer acuerdo editorial deja paso luego a un aporte crítico personal basado en la investigación de cada uno de los autores.

A modo de estrategia discursiva se condensará entonces una retórica que transite diversos registros: aporte de datos, historiografía, citas textuales revelando las fuentes bibliográficas. Todo esto orientado a un enfoque problemático, una reflexión y una mirada crítica sobre el estado del objeto, con intención de construir un discurso propio y a la vez, generar visibilidad o mayor interés.

En el nivel lexical no se pretende exceder los límites estilísticos de la revista contemplando los datos que se tiene sobre el público de la misma: estudiantes y profesores de la UNA. De este modo, se hallará entre los límites de una ponencia, un ensayo crítico y una nota informativa propia del dispositivo que presupone enunciatarios con marcadas expectativas teórico-estéticas.

Por último la diagramación mantendrá un título principal subtítulo del mismo con el necesario soporte paratextual que se preste convenientemente (fotos, epígrafes, enlaces, etc), además de una breve introducción que resuma el estado del tema, el uso de *tags* (palabras claves), fuentes bibliográficas y una construcción estilística del cuerpo que se vale del uso de párrafos.

## **3- Tercer Producto**

El último producto de intervención es el correspondiente al artículo/nota en una revista masculina de estilo urbano, ocio y *trending*. Estas revistas pensadas para un target B/C1 en la actualidad hacen pié en la diferencia cualitativa o "de estilo" de los hábitos de consumo de sus lectores.

Además de la información de restaurantes, bares de moda, entretenimiento diferenciado, autos, chicas, deportes o indumentaria, estas revistas cuentan con una sección "tecno" en la que presentan temas ligados a las novedades tecnológicas y los hábitos que generan o modifican.

Nuestra tercer intervención entonces está pensada como una nota para estas secciones en la que se presentará al Museo digital como una "nueva tendencia" del mundo del arte donde además se puede ver, adquirir y poner

en contacto con las creaciones y lenguajes más innovadores de la creación contemporánea o post digital.

La estructura formal se adaptará al standard de la revista y el espacio que se asigna a cada sección. Títulos, enlaces y paratextos con imágenes llamativas o ambiguas, que insiten a la curiosidad por el tema y que muestren lo sofisticado o suigeneris, en algunas de las obras de arte contemporáneo que pueden verse en un espacio digital.

Por último en el nivel lexical, se prevee un uso directo que apunte a lo informativo y siempre entretenido (como es usual en estas revistas) , una marcada apelación *ideológica* y el uso de neologismos propios de una sección de presentaciones tecnológicas en hábitos y productos, para una revista de tendencias urbanas de perfil hedonista que patrocina un estilo de vida diferencial.

