AA N4372

TESIS
COS999
R64

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

Facultad de Humanidades y Educación

Escuela de Comunicación Social

Trabajo Especial de Grado

Año Académico 98-99

"EL MUSEO MONOGRÁFICO ARMANDO REVERÓN EN EL NUEVO MILENIO"

(Diseño de un proyecto multimedia interactivo)

Tutora: Dra. Norma Navarro

Universidad Católica Andrés Bello
BIBLIOTECA
Caracas

Tesistas:
ROMERO, Jarmila (Audiovisual).
ROMERO, Rosaura. (Impreso).

Caracas, 06 de septiembre de 1999.

DEDICATORIA

En la vida nos encontramos con muchas personas, pero son muy pocas las que realmente podemos considerar seres excepcionales. Estas personas se cruzan en tu camino por un motivo quizás circunstancial, y son tan especiales, que abren la puerta de tu corazón y se hospedan en él para no irse jamás.

El destino tiene muchas vías para demostrarnos que todavía existen ángeles en la tierra, dispuestos a dar lo mejor de sí para aquellos que lo necesiten. Seres, que con su actitud, nos dan una lección de vida.

Norma, hace un año, cuando te propusimos que fueras nuestra guía en este largo trayecto, jamás imaginamos que más que una Tutora tendríamos una amiga incondicional. Tu capacidad de comprensión, tu inmensa paciencia y, sobre todo, tu dedicación, son algunas de las virtudes que nos demostraste en esta aventura. La odisea ya culmina, y podemos decir con orgullo que valió la pena recorrerla contigo, juntas hasta el final.

Jesús, tú eres el puerto seguro en el cual siempre encontraremos un lugar para desembarcar sin temor. Damos gracias a Dios por haber puesto en nuestro camino a Alberto, pues fue él nuestro canal de encuentro contigo.

Sin duda alguna, podemos afirmar que la vida tiene muchas formas de hacernos entender que en el mundo todavía existen almas nobles, capaces de hacer sacrificios invalorables y con una voluntad de entrega difícil de encontrar.

Si tuviéramos que decir lo que representas tú para nuestra vida, empezaríamos por confensarte que eres el ser más noble y humano que conocemos. Te agradecemos tu eterna paciencia, tu apoyo y tu capacidad para mostrarnos que aunque existen adversidades sobran motivos para sonreírle a la vida.

Hacemos esta dedicatoria especial a estas dos personas, porque gracias a ellas culminamos esta etapa tan importante para nosotras. Para Norma Navarro y Jesús Márquez, nuestro reconocimiento y nuestro eterno afecto...

Tanto esta Tesis, como mi grado y mi vida entera se la dedico a mi madre,
lo más grande que tengo, gracias a ella soy quien soy, gracias a su esfuerzo,
hoy se me abren las puertas al mundo.

A la Mamita y al Tata, a ellos también les dedico todos los éxitos que pueda
cosechar. Gracias por apoyarme y por consentirme con ese infinito amor
que siempre me han regalado.

A Víctor y a Cheo, mis primos, y hermanos de sentimiento, y a mi tía Iraima,
porque a ellos también les debo este momento.

A Francisco y a Vicente, porque donde quiera que estén serán mi ejemplo.

A Jarmila, mi amiga y compañera en este último esfuerzo universitario,
porque sin ella creo que no hubiese podido lograrlo,
gracias por permitirme esta hermosa experiencia.

... A todas aquellas personas que han llenado mi vida de amor,
porque han hecho posible la felicidad que siento.

Y a Dios, por permitirme que hoy me encuentre escribiendo estas líneas a todas
esas personas que llenan mi vida.

Rosaura.

Quiero dedicar esta tesis a todas aquellas personas que como yo luchan por conseguir sus metas y sueños. A Dios por haberme regalado esta dicha, y sobre todo a mis padres y a mi abuela por saber entenderme y apoyarme en este largo camino.

A mis hermanas Peggy y Mary, por animarme a estudiar en la Católica, pues si sus entusiasmos, yo no sé si hubiese realizando mi sueño.

A mi compañeros de cuarto, mis hermanos, Blanca y Miguel por soportar los trasnocho que les hice pasar.

A mis dos amigas de siempre Jacqueline y Solangel por ser tan incondicionales.

Esta líneas sale desde lo más profundo de mi corazón, si hoy llego al puerto es porque a lo largo de mi carrera conté con una amiga que supo comprenderme en las buenas y en las mala, el apuro no deja expresar lo que quisiera pero quiero que sepas que puedes contar conmigo siempre Rosaura.

Jarmila

AGRADECIMIENTOS

"El blanco pincel milagroso de Reverón nos ha traído a todos, como el tan tan de los tambores, a congregarnos frente a la selva luminosa de su pintura"

Miguel Otero Silva

Rubén Peñalver,

Por ser la mano amiga con la que siempre hemos contado,

no hay palabras para expresar todo aquello que tenemos que agradecerte

Alberto Haydar,

por su apoyo incondicional para que este proyecto se encaminara

hacia su realización y, muy especialmente, por su talento.

Rubén Guzmán,

por ser nuestro más invalorable amigo,

confidente de nuestras penas y compañero de nuestras alegrías.

Solangel Rodríguez,

por brindarnos consejos que a tiempo nos iluminaron y

por ofrecernos una amistad que en todo momento nos apoyó.

Adaiz Arrieta

por recibirnos en su hogar y vivir con nosotras esos momentos

Claudio

por su paciencia y su amistad

Felix Hernández y Jacqueline Medina,

por animarnos en el duro camino de la investigación y

prestarnos toda su colaboración.

Clelly Arévalo, María Alejandra Marchena, Franklin González,

María Teresa Goncálvez , Verónica Plaza,

Tirson Padilla, Carlos Eduardo Ramírez y Yumei Silva

por prestarnos las herramientas

que dieron vida a este multimedia.

Luis Alberto Ugueto, María Alejandra Linares,

Gabriela Rojas y Ricardo XXX

por apoyarnos y estar pendientes de nosotras

Prof. Héctor Álvarez,

por confiar en nosotras y compartir materiales

que enriquecieron nuestro trabajo

Nora Uribe,

por ofrecernos su ayuda en la consecución de las entrevistas

Oscar Yanes, Juan Calzadilla, Luis Pérez Oramas y Miguel Arroyo,

por enriquecer nuestro trabajo práctico con sus aportes

Marcos Acosta, Héctor Castillo y Cheo Pacheco,

por prestarnos su ayuda

A todas aquellas personas que una u otra manera

colaboraron con nosotras para hacer realidad este sueño.

... a todos muchas gracias.

INDICE

INTRODUCION 2

I .- MARCO TEÓRICO 9

1.1 Casa de Las Musas 11

1.2 El Protagonista del Museo 19

1.3 El Castillete de Ensueños 28

1.3.1 De Taller a Museo 28

1.3.2 La Fundación Museo Armando Reverón 32

1.4 Multimedia un Descubrimiento Continuo 36

1.4.1 Conceptos 36

1.4.2 Ventajas de una Aplicación Multimedia 38

1.4.3 Vías de Acceso a la Información 41

1.4.3.1 Interface 41

1. 4.3.2 Estructuras de Navegación 43

1.4.4 Principios Generales que rigen la Aplicación Multimedia 46

1.4.4. 1 Principio de Múltiple Entrada 46

1.4.4.2 Principio de Interactividad 47

1.4.4.3 Principio de Libertad 49

1.4.4.4 Principio de Retroalimantación 49

1.4.4.5 Principio de vitalidad 50

1.4.4.6 Principio de Necesidad 50

1.4.4.7 Principio de Atención 51

1.4.5 Componentes de un Sistema Multimedia 52

1.4.6 Uso de las Aplicaciones Multimedia 52

1.4.6.1 Técnica y Estilo 53

1.4.6.2 Discurso Multimedia 56

1.4.6.3 Hipertexto 60

1.4.7 La Producción Multimedia 61

II.- MARCO METODOLÓGICO 65

2.1 Planteamiento del Problema 66

2.2 Justificación 69

2.3 Objetivos 71

2.4 Tipo de Investigación 72

2.5 Descripción del Proyecto 73

III.- UNA VÍA SIN LIMITES PARA ABORDAR LA OBRA REVERONIANA 76

3.1 Planificación 77

3.2 Diseño de la Investigación 79

3.2.1 Diseño Estructural 79

3.2.1.1 Estructura de Contenido 79

3.2.1.2 Estructura de Navegación 86

3.2.2 Diseño Instrucional 86

3.2.3 Diseño Gráfico 88

3.3 Montaje 92

IV.- CONCLUSIONES 95

V .- RECOMENDACIONES 97

VI.- BIBLIOGRAFIA 100

VII.- ANEXOS 105

INTRODUCCIÓN

Arte y comunicación van unidos de la mano por un mismo camino. Desde hace algún tiempo, museos de todo tipo e instituciones culturales le han dado preeminencia a sus políticas comunicacionales porque tomaron conciencia de la importancia de crear un nexo entre ellos y la comunidad en la que ejercen su acción. Estas instituciones, han abierto su prisma de actividades y hoy en día, más allá de limitarse a los proyectos meramente expositivos, organizan también otro tipo de experiencias que buscan el acercamiento y la participación activa del público.

En este sentido, las nuevas tecnologías juegan un papel determinante en esa búsqueda de interacción entre el museo y quienes acuden a él, como centro de difusión que es. Las instituciones museísticas más importantes del mundo, han comprendido que deben adaptarse a los cambios vertiginosos que ha sufrido la sociedad en los últimos años, dejar de un lado el papel pasivo que tradicionalmente tenía y así promover la participación del público.

La teoría museológica moderna se abrió para dar paso a las más interesantes disertaciones sobre cómo atraer mayor cantidad de personas a los museos y qué políticas comunicacionales debe implementar la institución para

consolidarse como referencia cultural, tanto en su país como más allá de sus fronteras. En este campo de análisis toma la bandera el estudio del público, de sus motivaciones y de sus gustos, para, sobre la base de los hallazgos encontrados, planificar diversas actividades de acuerdo con sus intereses.

En la actualidad, los museos funcionan como centros de apoyo a la educación formal, pues, además de los proyectos meramente expositivos, llevan a cabo una intensa labor educativa, organizando tareas complementarias de contenidos didácticos. Bajo este propósito brindan una sólida y variada oferta de talleres infantiles (dominicales, eventuales, permanentes y vacacionales), charlas, foros, encuentros y otra serie de actividades concebidas con la finalidad de acercar al público al museo y despertar en los participantes su interés por temas diversos.

Dentro de la tipología de los museos de arte, existen instituciones que se especializan en el estudio de un artista en particular y son los llamados museos monográficos. Estos, además de promover la difusión cultural y preocuparse por llamar la atención de su público, como deben hacerlo los museos generales de arte, deben enfocar sus esfuerzos en que ese público valore la imagen del artista y se convierta en promotor de su labor. Se conjugan entonces dos objetivos que deben cumplir, por un lado, estudiar y dar a conocer la vida y obra del personaje, brindando múltiples posibilidades de acercamiento

a su entorno y, por otro, conseguir la colaboración de otras personas e instituciones para que se unan en esa constante tarea.

En esta categoría encontramos a la Fundación Museo Armando Reverón que es la institución encargada de promover y difundir la obra de quien es el máximo representante de la pintura venezolana del siglo XX, a juicio de la crítica actual.

Armando Reverón, considerado como un hito de la creación plástica en nuestro país, hizo en Macuto, pequeño poblado situado a las riveras del Mar Caribe, su hogar y taller. Al construir El Castillete en 1921, comienza una existencia marcada por la naturaleza y el arte, crea un espacio propio, y desde allí, da vida a una de las manifestaciones más hermosas, ricas e inquietantes de la pintura venezolana.

Entre pinturas y dibujos, el pintor de la luz, como también se le conoce, legó a la humanidad más de quinientas obras y construyó más de sesenta objetos. La vida de Reverón y las causas que lo llevaron a refugiarse en su mundo, se traducen en una voluntad de entrega como jamás se había producido en la pintura venezolana, en las cuales se descubre, sobre todo, una ética de creación que lo convierte en un personaje capaz de despertar un gran interés en periodistas y críticos de arte.

Su biografía es una fuente llena de datos interesantes y de peculiares anécdotas que dan pie para continuar investigando y proponer nuevas herramientas que tengan como meta compartir todos estos hallazgos con quienes no han tenido la motivación de acercarse a la obra reveroniana. En este sentido, la Fundación Museo Armando Reverón ha cumplido una gran labor, preservando su casa-taller, promoviendo su imagen y apoyando todas aquellas iniciativas que tengan como finalidad el estudio del pintor y de su obra.

El presente Trabajo de Grado consiste en el diseño de un proyecto multimedia interactivo que abarque, tanto la vida y obra de Armando Reverón, como la labor de la Fundación que lleva su nombre. Nuestra meta principal fue contribuir, a través de las ventajas que ofrece esta herramienta tecnológica, a la difusión de la obra reveroniana como patrimonio cultural.

A fines de facilitar la lectura, se estructuró en tres capítulos: el Marco Teórico, el Marco Metodológico y el desarrollo práctico del proyecto. El abordaje teórico se dividió en cuatro temas que fueron trabajados para ofrecer el soporte conceptual del proyecto, los cuales se describen a continuación:

En el primer tema, titulado "Casa de las Musas", se define el concepto de museo según las posturas de diferentes autores, con la finalidad de introducir al lector en el tema planteado. Asimismo, se destaca la evolución del papel que

cumplen estas instituciones dentro de la sociedad, ya no sólo como centros de difusión cultural sino como medios de apoyo para la educación formal.

En el segundo tema, que denominamos "El protagonista del Museo", se plantea la relación existente entre este tipo de instituciones y quienes son los receptores de su actividad, y se hace referencia al viraje que han tenido en sus políticas comunicacionales, las cuales, actualmente, son concebidas con el objetivo de atraer una mayor cantidad de público e integrarlo, de manera activa, a la oferta cultural y educativa que se les brinda.

Bajo el nombre de "El Castillete de ensueños", se presenta el tercer tema, el cual trata sobre el museo monográfico Armando Reverón, dándole una referencia al lector sobre la misión que desarrolla esta institución y la política comunicacional que implementa, la cual se ha caracterizado por la apertura hacia las nuevas tecnologías.

Por su parte, en el cuarto tema, titulado "Multimedia: un descubrimiento continuo" (que para efectos de la investigación resulta el más importante), define las ventajas que presentan los multimedia y se describen los procedimientos que se deben realizar para su elaboración. Es pertinente destacar que, para la fundamentación de este apartado, se hizo especial énfasis en los planteamientos de Guillén Bou Bouzá, descritos en su libro "El guión del multimedia".

Posteriormente, se define la metodología de acuerdo con el planteamiento del problema, la justificación, los objetivos, el tipo de investigación y la descripción del proyecto.

El desarrollo práctico del proyecto se describe, en el capítulo "Una vía sin límites para abordar la obra reveroniana", la planificación, realizada para unificar los criterios que darán forma a la aplicación multimedia; el diseño, que comprende el diseño estructural, en el que se define tanto la estructura de contenido como la de navegación, el diseño instruccional, en el que se especifican los componentes que tendrán las pantallas con el fin de proporcionarles homogeneidad; y el diseño gráfico, en el que se definen los elementos responsables de la apariencia final de la aplicación (fondos, colores empleados, especificaciones sobre el texto, vídeos, imágenes fijas, botones, sonidos y animaciones); y, finalmente, el tercero, que trató sobre el proceso de montaje de la misma.

Creemos que este diseño se justifica no sólo por la importancia del artista dentro del ámbito cultural del país, sino porque, al ser la aplicación multimedia una herramienta interactiva, le permite al museo, por una parte, fortalecer el vínculo que se establece con quienes visitan la institución y, por otra, mostrar su mensaje en otros ámbitos, tanto venezolanos como extranjeros.

Esperamos que la presente investigación abra un abanico de posibilidades para otros estudios, y constituya una referencia para otras instituciones museísticas que deseen incorporar este tipo de herramienta tecnológica como apoyo a su labor de promoción cultural.

I.- MARCO TEÓRICO

"... tanto por sus instalaciones permanentes como por sus exposiciones temporales (los museos) son maravillosos instrumentos de vinculación y de integración. En ellos se descubre o encuentra, de pronto, el hilo emocional o histórico que lo une al pasado, que lo enfrenta al presente y lo proyecta hacia el porvenir. En ellos se revelan por la vía más afectiva las realizaciones de su pueblo, o de su especie, y esta revelación es al mismo tiempo estímulo para su deseo de conocimiento y apoyo para su afán de participación"

Miguel Arroyo.

1.1 "CASA DE LAS MUSAS"

Los museos son centros de estudio de donde se proyecta un tipo particular de información hacia el público. En ellos se conjugan las diversas manifestaciones y expresiones artísticas y culturales de cada pueblo, presentadas de manera integral bajo la relación que mantienen con su entorno; y han existido desde que nace la concepción de civilización. Surgieron de la necesidad de almacenar las colecciones más diversas de objetos museables, y en un inicio tuvieron como función primordial preservar las piezas que albergaban de los estragos del tiempo y así asegurar la permanencia de sus condiciones originales.

La palabra museo tiene su origen en la cultura griega y su definición se desarrolla y evoluciona a través del tiempo. Al respecto, Fernández expone:

> *La palabra museo (del latín museum, proviene a su vez de la griega mouseion, «casa de las Musas») ha tenido a lo largo de la historia numerosas aplicaciones y significaciones hasta su sentido actual. Definida por Guillaume Budé en su Lexicon-Graeco-Latinum (1554) como «un lugar dedicado a las Musas y al estudio, donde se ocupa de cada una de las nobles disciplinas».* [1]

Aunque la historia que nos separa de Grecia y de Roma ha sido larga y muy nutrida en esta materia, estudiarla no es el objetivo del presente Trabajo de Grado. En su lugar se hará referencia a una serie de autores e instituciones

actuales, cuyas definiciones se consideran mucho más completas y acordes con los planteamientos de esta investigación, pues enfatizan la importancia del aspecto comunicacional y educacional de estos centros de estudio.

M. Foyles citada en León (1990: P. 74), define al museo como la "institución en la que la meta es la conservación de los objetos que ilustran los fenómenos de la naturaleza y los trabajos del hombre, y la utilización de estos objetos para el desarrollo de los conocimientos humanos y la ilustración del pueblo".

La UNESCO, en su "Recomendación sobre los medios más eficaces para hacer los museos más accesibles a todos", define también el significado de estas instituciones:

> *...se entiende por museo cualquier establecimiento permanente administrado en interés general a fin de conservar, estudiar, poner en evidencia por medios diversos y, esencialmente, exponer para el deleite espiritual y la educación del público un conjunto de elementos de valor cultural: colecciones de objetos de interés artístico, histórico, científico y técnico, así como jardines botánicos y zoológicos, y acuarios.* [2]

Cabe destacar que en las definiciones posteriores no sólo se resalta el objetivo cultural del museo, sino que ya se le adjudican otras funciones,

---

[1] FERNÁNDEZ, Luis Alfonso: Museología: Introducción a la Teoría del Museo, 1ra Edición, España, Ediciones Istmo S.A., 1998, Pág. 144.

[2] "Recomendación sobre los medios más eficaces para hacer los museos más accesibles a todos", UNESCO, París, 1960, en CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA: Normativas Técnicas para Museos, Venezuela, CONAC, 1991, Pág. 12.

principalmente la educativa, como puede observarse en la siguiente definición planteada por la Sociedad Americana de Museos (AAM):

> *... es cualquier institución permanente que tiene como propósito dirigir exposiciones temporales (...) abierto al público y administrado para su provecho con el objeto de conservar, preservar, estudiar, interpretar, reunir y exhibir para la educación y deleite del público, objetos y ejemplares de valor cultural y educacional incluyendo materiales artísticos, científicos, históricos y tecnológicos.* [3]

Bajo este orden y en lo que se refieren a materiales artísticos, surgen diferentes proposiciones dirigidas a utilizar el arte como medio para la educación, por ejemplo la de José Ignacio Herrera (1997: P.80), que plantea que "todas las actividades del museo tienen como objeto general promover el conocimiento y disfrute del arte, y dentro de este propósito los programas del área educativa tienen la meta específica de estimular al espectador para que elabore su propio acercamiento a la obra plástica".

Al analizar las experiencias de los museos de arte venezolanos, Ramos llega a las siguientes conclusiones:

> *El museo (...) es pues lugar privilegiado para educar en muy distintos modos de entender y hacer cultura. Sitio idóneo de la educación, donde la formal y la informal se encuentran y se complementan; se mejoran, se reorientan y se catalizan (...) El museo puede ser un centro fundamental para el acceso a los saberes que la sociedad actual realmente requiere, y en los cuales los sistemas de educación formal urgentemente necesitan*

[3] American Association of Museums, 1962, en CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA: Normativas Técnicas para Museos, Venezuela, CONAC, 1991, Pág. 12.

ser estimulados, activados, y, más radicalmente aún, sacudidos hacia la invención y la creatividad.[4]

Igualmente, el Consejo Nacional de la Cultura (CONAC), ente rector de los museos e instituciones culturales de Venezuela, plantea la función educativa de las instituciones museísticas de la siguiente forma:

El museo no sólo debe ofrecer actividades de información sino también de capacitación sin olvidar que el proceso de aprendizaje en los museos debe ser informal y contener una alta medida de recreación. Informal ya que ofrece conocimientos de una manera distinta, y que en cierta forma rompe con los métodos tradicionales de enseñanza utilizados en las escuelas y en las instituciones de educación formal.[5]

En la teoría museológica moderna encontramos que el museo se considera un medio de comunicación, pues a través de las curadurías de las exposiciones, las publicaciones y demás actividades que organiza, se emite un mensaje que es transmitido a un grupo de receptores. Tal como lo expone Fernández:

El museo, un medio de comunicación, el único dependiente del lenguaje no verbal, de objetos y de fenómenos demostrables. El museo, una institución al servicio de la sociedad que adquiere, comunica y, sobre todo, expone con la finalidad del estudio y del ahorro, de la educación y de la cultura, testimonios representativos de la evolución de

---

[4] RAMOS, María Elena. "La Educación en un museo de arte universal: experimento para la formación interdisciplinaria": MUSEO DE BELLAS ARTES DE CARACAS: Temas de Museología. Serie de reflexiones en el Museo, Venezuela, MBA, 1997, Pág. 78.

[5] CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA: Normativas Técnicas para Museos, Venezuela, CONAC, 1991, Pág. 30.

la naturaleza y del hombre. (Definiciones sacadas de la revista de la UNESCO, Cultures, Vol. XVI, núm. 1, Editions de la Baconière) [6]

Este mismo autor aclara que la definición de museo más universalmente aceptada sigue siendo, con todo, la proporcionada y desarrollada en los Estatutos del International Council of Museums (ICOM), organismo de museos de la UNESCO: "El museo es una institución permanente, no lucrativa, al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierto al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y principalmente exhibe los testimonios materiales del hombre y su medio ambiente, con propósitos del estudio, educación y deleite" (Traducción del francés por el Comité Mexicano del ICOM, 1979, en Fernández, 1998: P.145).

Bajo la concepción actual, la teoría museológica también plantea que los museos funcionan como reforzadores de la identidad cultural, tal como lo especifica el CONAC (1991: P.14): "Los museos deberían patrocinar el conocimiento local, regional, nacional y universal con el objeto de estimular el entendimiento de nuestra realidad cultural".

Igualmente, es importante destacar que toda actividad que se realiza en un museo va dirigida a un público, por lo tanto, es fundamental tener en cuenta que este es su razón de ser. Una institución museística, como explica el

---

[6] FERNÁNDEZ, Luis Alfonso: Museología: Introducción a la Teoría del Museo, 1ra Edición, España, Ediciones Istmo S.A., 1998, Pág. 145.

CONAC (1991: P.32), siempre debe apuntar a "facilitar la relación entre el público y el contenido de la exposición, haciéndola más directa".

Teniendo en cuenta esto, los museos se han visto en la imperiosa necesidad de promover la sensibilización de las personas que visitan sus salas, no sólo para que guarden cierto comportamiento ante el material exhibido y aprecien lo que el museo les brinda, sino además, para integrarlos a este campo e incentivarlos a participar, reforzando de esta manera el nexo existente entre el museo y el público hacia el cual dirige su acción.

En un artículo escrito por Peruga y Ramos, titulado "El sentido de los museos", las autoras aclaran con respecto a los centros de arte lo siguiente:

> *Es importante entonces que sean lugares dinámicos, capaces de plantearse y replantearse su verdadero papel ante la comunidad, mirando hacia ella para traducir sus inquietudes, que no sólo conserven y muestren el arte, sino que sean centros de la más viva animación cultural. (...) Se selecciona y se conserva, se investiga, se expone y se difunde no ya sólo para legar al futuro muestras creaciones y las que nos fueron legadas, no ya sólo para disfrutar simplemente de ellas, sino para darle sentido al presente y propiciar con ello un futuro más rico en humanidad. No se trata sólo de legar al futuro objetos materiales sino también* ***seres tocados, sensibilizados, transformados*** *por las ideas, sensaciones y vivencias surgidas a partir del contacto con esos objetos del museo. Seres integrados emocionalmente.* [7]

[7] PERUGA, Iris y RAMOS, María Elena. "El sentido de los museos": MUSEO DE BELLAS ARTES DE CARACAS: Temas de Museología. Serie de reflexiones en el Museo, Venezuela, MBA, 1997, Pág. 28 y 29.

El CONAC (1991: P.35) aclara que es importante "generar un proceso de animación socio-cultural para promover la participación y la creatividad de la población en el campo cultural".

Toda esta reflexión acerca del papel que deben tener los museos dentro de la sociedad, parte de la idea de dejar a un lado la concepción de las instituciones museísticas como mausoleos en donde reposan las más diversas colecciones de objetos. Actualmente, los museos son considerados centros de difusión cultural, medios de comunicación a través de los cuales se genera el desarrollo integral y el enriquecimiento espiritual de los miembros de una determinada comunidad, y por lo cual se han dado a la tarea de implementar nuevas herramientas capaces de fortalecer el nexo existente entre el museo y su público.

"En la actualidad los museos están en plena prosperidad, el número de visitantes aumenta cada día más. Así pues ellos se han convertido en actores imprescindibles de la escena museística, por lo que atender sus necesidades y requerimientos ha pasado a ser una de las actividades primordiales de los museos".

Haydee Logreira

1.2.- "EL PROTAGONISTA DEL MUSEO"

La teoría museológica moderna ha entendido que el público de un museo debe ser el principal protagonista del hecho cultural, porque sin él, ninguna institución museística tendría argumentación. Según palabras de Fernández (1998: P.257) "desde cualquier punto de vista que se considere, tanto el contenido como el contenedor y la actividad museológico-museográfica sólo pueden justificarse social y culturalmente en función de su destinatario: el público".

El interés por quienes acuden a estos recintos es un fenómeno que, con más ahínco y mayor profundidad, es analizado en la actualidad por los expertos de la comunicación en este tipo de instituciones. Al respecto Gagliardi (1995: P.11) acota: "podríamos afirmar que una de las preocupaciones de la museología, en estos últimos años, es la respuesta de la relación del museo con el público y con la sociedad; en este sentido, esta disciplina debe adaptarse, justamente, a las funciones que tiene el museo en la época contemporánea".

En las últimas décadas, los estudios realizados sobre este aspecto en particular no se limitan a los datos socioeconómicos y estadísticos del visitante -que inicialmente son útiles- sino que abarcan investigaciones sobre las motivaciones de las personas que acuden a las muestras, su psicología y su

personalidad, sus percepciones, sus conocimientos, su comportamiento en el espacio museístico, la lectura e interpretación que hacen de las obras, la capacidad de entender los mensajes expuestos y los impactos de la información en términos de actitudes e intereses, en fin, todas aquellas informaciones que podrían revelar algún sesgo interesante en el perfil del público.

Organizaciones como la UNESCO, el International Council of Museums (ICOM) y su Comité Internacional para la Educación y Acción Cultural (CECA), así como también, los departamentos de Museología y Pedagogía de las más importantes universidades del mundo, han fortalecido con su trabajo la dimensión pedagógica del museo con respecto al público (Cfr. Schmilchuk, 1995: P.49).

Todo este esfuerzo se ha venido realizando con la finalidad de replantear la política comunicacional de estos recintos, a fin de hacerlos más atractivos al visitante. Al respecto, Soutiño (1995: P.63) plantea que "evidentemente, las instituciones que tienen como misión la difusión de la cultura, en cualquiera de sus manifestaciones, tienen la obligación y aún más, la necesidad de conceptualizar y operacionalizar la comunicación institucional (...) elemento básico en la relación que se establece entre museo y público".

En este sentido, los museos venezolanos también han revisado sus estrategias comunicacionales a fin de analizar criterios, medios y otros aspectos

que permitan profundizar la estrecha relación que tiene el museo con su público. Esta iniciativa surge en Venezuela desde la Dirección de Museos del CONAC al proponer una serie de "Encuentros de Directores de Museos", creados bajo el objetivo de establecer las bases de un proceso continuo de intercambio, colaboración y programación entre las instituciones museísticas del país. De esta forma se observa que los temarios propuestos en estos encuentros se enfocaron en las motivaciones y capacidades de aprendizaje de aquellos que acuden a las instituciones museísticas, así como también, en conocer y difundir los métodos utilizados para obtener una interacción más cercana entre los museos y el público. Herrera hace referencia a los antecedentes del tratamiento de este tema dentro de los museos venezolanos:

> *En este Octavo Encuentro Nacional de Directores de Museos, cuyo interés se centra en la relación museo /público, nuestra intervención debe comenzar recordando que en julio de 1993, en el IV Encuentro de esta serie realizado en la ciudad de Trujillo, el Museo de Bellas Artes presentó un papel de trabajo realizado por Priscilla Abecasis y María Elena Ramos, titulado "Algunas consideraciones sobre la Gerencia de la Imagen, experiencia del Museo de Bellas Artes", en el cual se mencionan ciertos aspectos referentes a la relación del museo con el público (...) En dicho papel de trabajo se hace referencia a la necesidad de cumplir con la premisa de ser una organización de servicio, al servicio de una comunidad o una sociedad.* [8]

[8] HERRERA, José Ignacio. "La acción educativa del Museo de Bellas Artes: Una manera de estrechar vínculos con la comunidad". Museos Ahora: Museos y Público, No. 3, Venezuela, D.G.S DE MUSEOS DEL CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA, 1995, Pág. 69.

Castelli señala la importancia de tomar en cuenta que el público acude al museo para formar parte de un proceso de aprendizaje y como receptor de la información producida por la institución:

> *La museología es una de las disciplinas más comprometidas con el hombre, su creatividad, su pasado y su realización en el mundo. Es el compromiso del museólogo frente a la expectativa de un público que ansía conocer; es la exhibición una fuente permanente de información, en la que el público a través del objeto encuentra respuesta a su constante cuestionamiento e indagación, es un vehículo para la enseñanza y el aprendizaje, es un recurso didáctico que hay que aprender a enseñar y que los responsables de los museos debemos tener en cuenta en cada exhibición. Nuestra capacidad de convocatoria debe cumplir con la meta de aprender y enseñar en el museo.*[9]

Al igual que en otras áreas de la comunicación, en la museología se observa el cambio que ha tenido el papel del receptor, pues pasó de ser un simple espectador de las exhibiciones a ejercer una participación activa en las diferentes propuestas inherentes a la actividad museística. Gil (1995, P.79) lo afirma de la siguiente manera: "Desde cualquier punto de vista es innegable que en los últimos años el público ha pasado de ser un espectador pasivo a un actor relevante. La misma dinamización cultural ha desencadenado este proceso".

Otro aspecto que resalta la teoría museológica moderna es la necesidad que tienen los museos de definir y clasificar el público hacia el cual dirigen sus mensajes. En este sentido, Soutiño (1995: P.65) destaca lo siguiente: "En

primer lugar, hemos considerado esencial para el proceso de formulación de una política de comunicación en los museos, identificar los grupos con los cuales los museos desean comunicarse y aquellos que desean comunicarse con él. Cómo hacerlo es el segundo paso. Para ello debemos partir de la esencia de la institución, de su perfil".

Esta clasificación se hace con la finalidad de obtener una base de datos que sirva de partida para la organización de una gama de actividades capaces de complacer los diferentes gustos. Buroz (1995: P.44) explica que "todos los públicos deben ser bien atendidos. El reto tiene que ser: pasar de la excelencia en el servicio a la satisfacción total del público. Esta idea tiene que estar muy arraigada en la cultura de la organización".

Por su parte, Soutiño reseña lo comprobado por la Galería de Arte Nacional en cuanto al trabajo con su público:

> *Hemos comprendido que los mensajes emitidos por los museos, en vez de deambular por el universo de visitantes, sin rumbo fijo, deben apuntar certeramente a los receptores y a sus intereses y gustos. En este sentido, hemos comprendido también que una vez que el público entra al museo y que se encuentra frente al material expositivo comienza el proceso de mutuo reconocimiento entre público y museo.* [10]

---

[9] CASTELLI, Amalia. "El objeto de museo... como documento para la enseñanza de la historia". Revista de Museología. Museos en el área andina: vitalidad e imaginación, No 15, España, Asociación Española de Museólogos, 1998, Pág. 18.

Una vez que los museos tienen clasificado su público, entonces podrán darse a la tarea de planear estrategias comunicacionales que mejoren la emisión de sus mensajes, pero este proceso de revisión debe ser continuo, pues constantemente se van incorporando nuevas categorías, como lo expone esta misma autora:

> *... el hecho de buscar maneras alternativas para compensar las fallas de un deficiente sistema educativo, la necesidad de sitios módicos para el entretenimiento así como la diversidad y alcance de la información suministrada por los medios tecnológicos de comunicación masiva, han hecho llegar a nuestros museos nuevas categorías de público que nos obligan a redimensionar la forma tradicional de mostrar y comunicar el arte.*[11]

Huizi plantea en el artículo "Museo Armando Reverón. Un museo que tuvo público antes de ser museo" la clasificación de los visitantes que acuden a esa institución:

> *Haciendo una discriminación geográfica, podemos afirmar que el público que actualmente visita el museo está compuesto por habitantes del Municipio Vargas, visitantes provenientes de Caracas y otras localidades del país, y visitantes provenientes del exterior de la República (...) Dentro de este amplio espectro, hemos considerado de interés –por la importancia que reviste para la promoción de la vida y obra de Reverón y para el fomento de la cultura en general, aspectos que se hallan entre nuestros principales objetivos- dos grupos de visitantes cuya captación queremos y debemos reforzar. El primer grupo lo constituyen visitantes que hemos denominado no intencionales, atendiendo a una discriminación que clasifica el interés, propósito e*

---

[10] SOUTIÑO, Carmen Teresa. "Algunas reflexiones y experiencias": Museos Ahora: Museos y Público, No. 3, Venezuela, D.G.S. DE MUSEOS DEL CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA, 1995, Pág. 65

[11] Op. Cit. Pág. 64.

intención de la visita. El grupo está compuesto por vacacionistas, bañistas, paseantes y demás población flotante que, por encontrarse "de paso" en la zona con propósito de descanso, diversión y recreación, llegan al museo así por azar o por personas que, conociendo la existencia del museo "aprovechan" un paseo al Litoral para venir al museo, como parte –no esencial, por cierto- de su programa recreacional. A este grupo –que difiere del público "especializado" o que asiste al museo con un fin específico y que es porcentualmente menor en cantidad- es necesario captarlo de una manera que le permita conocer rápidamente las especialidades de nuestra oferta cultural y, sobretodo, que lo "impresione" de tal modo que lo convierta en un potencial visitante recurrente, multiplicador de información sobre la vida y obra del artista y promotor de las actividades e imagen de la institución.[12]

Esta misma autora destaca la importancia de captar la atención de la población, tanto local como turista, y valerse de ello de todos los medios de apoyo posibles: "Como atraer este tipo de público es una de nuestras preocupaciones fundamentales. Para ello es necesario crear las condiciones de impacto visual e informativo que permitan al visitante conocer y disfrutar al mismo tiempo y, también, hallar el espacio de sintonía con valores culturales que le son propios y cuyos contenidos lo emocionen" (Huizi, 1995: P.75).

Como se puede observar en los testimonios antes expuestos, el protagonismo del público, tanto el real como el potencial, se ha hecho cada vez más presente. A raíz de esto, las instituciones museísticas dieron un giro en sus políticas comunicacionales, dándole preeminencia a las investigaciones de

[12] HUIZI, María Elena. "Museo Armando Reverón. Un museo que tuvo público antes de ser museo". Museos Ahora: Museos y Público, No. 3, Venezuela, D.G.S DE MUSEOS DEL CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA, 1995, Pág. 75.

mercadeo para catalogar a sus visitantes y bajo estos parámetros concebir sus actividades.

Anteriormente, los museos dedicaban su atención principalmente a la conservación de las piezas en las colecciones y al montaje de exposiciones, tomando en cuenta sólo las consideraciones de tipo estético y la visión particular del curador. Para ese entonces, eran vistos como instituciones menos llamativas y, en consecuencia, limitaban su público al de las personas realmente interesadas en los temas en exhibición y a los turistas que acostumbran incluir estos centros dentro de su recorrido. Los curadores eran tan celosos con las piezas exhibidas que llegaban a ver a los visitantes como intrusos que podían causarles algún daño a las mismas. Sin embargo, este panorama cambió, hoy en día los museos son instituciones más abiertas al aprendizaje y al disfrute, cuyas actividades sirven de apoyo a la educación formal, adaptadas, cada una de ellas, a los diferentes tipos de público que poseen.

Es necesario conocer y dar a conocer a Reverón, descubrirlo ante los ojos de Venezuela y del mundo, otorgándole el rango que, como genio universal, reclama; debemos, en fin, llamar la atención hacia el maestro de la luz, rediseñar el mapa geocultural, haciendo girar la mirilla hacia ese punto del Litoral Central en donde se cumplió una revolución tan importante como las llevadas a cabo en otras latitudes que, a tiempo, supieron destacar y promover a sus grandes hombres, y con ellos, su cultura.

María Elena Huizi

1. 3.- "EL CASTILLETE DE ENSUEÑOS"

1.3.1.- De taller a Museo:

El Castillete, mágico mundo en el que se presenta la obra reveroniana, fue la morada del pintor durante más de treinta años. Este particular espacio, en el que confluyen la naturaleza y el arte, está compuesto por estructuras sencillas de carácter utilitario, cuyas funciones responden a las necesidades básicas de habitación y trabajo, construidas por el propio artista en los predios de Macuto.

Este recinto significó para el pintor de la luz un espacio en cuyo interior podía ver concretadas las fantasías y rituales relacionados con su imaginario, representado por dibujos, pinturas y por una multitud de objetos, utilitarios y decorativos, destinados a crear una atmósfera propicia para su desbordante actividad creativa. En el catálogo de la exposición "El Mundo Vegetal de El Castillete", Merola acota:

> *... el ambiente de El Castillete es la traducción formal del pensamiento creativo, un proceso proyectual a través del cual el artista no sólamente formula respuestas a sus gustos y necesidades, sino también expresa su ideal artístico siguiendo los impulsos de su propio genio, en interpreta a su vez, el genius loci de su entorno, es decir lo que los antiguos romanos entendían como el espíritu del lugar, ese espíritu que da vida a gentes y lugares, que los acompaña desde el nacimiento hasta la muerte y determina su carácter o su esencia.* [13]

---

[13] MEROLA, Giovanna: El Mundo Vegetal de El Castillete, Venezuela, Fundación Museo Armando Reverón, 1995, Pág. 06.

En 1974 fue creado el Museo Armando Reverón para asegurar la preservación de El Castillete y fue concebido bajo la definición de museo monográfico o casa-museo, especialización delimitada por diversos autores estudiosos de la tipología de las instituciones museísticas. Al respecto, Fernández aclara:

> *Los museos especializados, más de acuerdo con la museología moderna, presentan la oportunidad de profundizar en una parcela del patrimonio cultural a través de esa cuidada selección temática, técnica o procedimental; una selección que se presenta como medio para la más completa información e investigación de esa actividad concreta, cuya riqueza posible puede evidenciarse en la adquisición de conocimientos especializados en ese terreno acotado. Dentro de los especializados, los museos monográficos cumplen con lo que por definición les corresponde: su dedicación especial a determinados aspectos del arte, la historia u otras manifestaciones de la cultura.* [14]

León (1990: P.159) explica que "especializar un museo es dotarle de un material completo, no acabado en sí mismo, que se exprese como «centro de información o de investigación irreemplazable para un país, un hombre o un arte»".

Esta misma autora define el concepto de las casas-museos como los centros especializados que estudian la personalidad del artista, las características de su entorno y la influencia de su época:

---

[14] FERNÁNDEZ, Luis Alfonso: Museología: Introducción a la Teoría del Museo, 1ra Edición, España, Ediciones Istmo S.A, 1998, Pág. 150

Otros museos con tendencia a la ilustración no sólo de la faceta artística sino del status social del artista son las llamadas «casas-museos» (la casa de Rembrandt en Amsterdam, el taller de Delacroix en París,...), que, centradas en los valores humanos, socioeconómicos y artísticos del personaje, funden orgánicamente –a menudo la organicidad tiende a la ambientación un tanto imaginaria, al impacto que causa en el turista...-, los factores historico-artísticos, costumbristas y ambientales en torno a la personalidad del artista. Este tipo de «casa-museo» pese a haber nacido en gran parte por las demandas del turismo nacional e internacional, deben dar una visión científica sobre la personalidad monográfica, ayudándola para su puesta a punto y buen funcionamiento de un estudio sistemático de las fuentes de información, documentos y una bibliografía exhaustiva y al día. Y ello porque desarrollan la primordial tarea de información y enseñanza sobre el tema.[15]

Por su parte, Huizi en un ensayo titulado "La Fundación Museo Armando Reverón: un museo monográfico" aclara lo siguiente:

La idea de un museo monográfico se propone precisamente estudiar y dar a conocer la vida y obra de un artista en particular, de alguien cuya labor creativa marcó un hito en su entorno, especialmente, dentro del ambiente mismo, su casa o taller, en el que habitó el artista. En este sentido podemos mencionar ejemplos como el museo de El Greco en Toledo, el Warhol en Nueva York e incluso el de Dalí en San Petesburgo. En Venezuela puede hablarse de unos pocos casos conocidos, como el Museo Armando Reverón, en Macuto, y el Museo Arturo Michelena, en Caracas.[16]

Con respecto a los objetivos y la misión de los museos monográficos, esta misma autora expone:

---

[15] LEÓN, Aurora: El Museo. Teoría, Praxis y Utopía, España, Ediciones Cuadernos de Arte Cátedra S.A., 1990, Pág. 161.

[16] HUIZI, María Elena. "La Fundación Museo Armando Reverón: un museo monográfico". Venezuela, FMAR, 1997, Pág. 1.

El museo monográfico tiene entre sus objetivos ampliar la colección de obras del artista, conservarlas y de esta forma salvaguardarlas como patrimonio artístico de la nación. Parte de la misión es constituirse como un centro de estudios y difusión de la obra del artista en particular, lo que implica conservar el espacio en el que vivió y ofrecer la mayor información posible a las personas interesadas, en su vida y obra.[17]

El origen del Museo Armando Reverón parte de la existencia de la vivienda y taller del artista, de sus obras pictóricas y de la gran cantidad de objetos utilitarios y decorativos que construyó mientras vivió en El Castillete. No es un museo que se ha ido conformando sobre la base de una colección o donación otorgada por algún coleccionista o institución, como ha ocurrido en innumerables casos. Su historia resulta muy peculiar dentro del desarrollo museístico del país, se destaca por su particular naturaleza de museo monográfico y contiene una fuerte carga simbólica relacionada con los rituales creativos del maestro, que lo hace distinto a los museos tradicionales.

Esta institución museística fue declarada Fundación de Estado en 1991, otorgándole personalidad jurídica y patrimonio propio, y es uno de los entes tutelados del Consejo Nacional de la Cultura.

[17] Idem.

1.3.2.- La Fundación Museo Armando Reverón:

La Fundación Museo Armando Reverón es la institución museística portadora del nombre e imagen del maestro venezolano considerado por la crítica como el máximo exponente de las artes plásticas del siglo XX en nuestro país. Su misión está encausada a investigar, estudiar y dar a conocer la vida y obra del artista y a resaltar su imagen, con miras a situarle en el lugar que se merece dentro de la historia del arte universal. En este sentido, desarrolla proyectos de difusión cultural a escala regional, nacional y, frecuentemente, internacional, dirigidos no sólo a la conservación y preservación de la obra del pintor de Macuto, sino también, a investigar y propagar las artes plásticas de todos los tiempos, enfatizando el arte latinoamericano y en especial el venezolano.

Desde su creación, la institución encargada de promover la obra de Reverón se propuso el fortalecimiento de los vínculos del museo con la comunidad en la que está situada, a través de la creación de nuevas y variadas ofertas educativas y recreativas que propicien la difusión cultural y la participación comunitaria.

Huizi (1995: P.73), plantea al respecto lo siguiente: "Desde sus inicios, la Fundación Museo Armando Reverón ha tenido entre sus objetivos, analizar y desarrollar programas tendientes a captar, educar, complacer y

mantener el complejo, variado y no escaso público que tiene este pequeño pero singular museo".

La política comunicacional que implementa esta institución ha estado signada por el criterio de apertura hacia las nuevas tecnologías. Muestra de ello lo constituye la aplicación multimedia sobre Armando Reverón, cuya Coordinación General e investigación estuvieron a cargo de la Dra. Norma Navarro en 1991 (primera en su estilo dentro del territorio nacional) y la Página Web que ofrece desde 1997. Estas dos herramientas, por tratarse de un museo monográfico, cobran valor y sentido dentro del objetivo de fortalecer el vínculo existente entre el museo y sus visitantes, al propiciar un acercamiento del público hacia el arte a través del conocimiento de la obra reveroniana.

La aplicación multimedia ha tenido un éxito rotundo, básicamente por dos motivos, el primero, porque en su época constituyó una novedad, y el segundo, porque ha permitido que los espectadores adquieran una información completa y a la vez entretenida sobre la vida y obra del artista, muy útil para la población estudiantil y los investigadores que frecuentan las instalaciones. Esta aplicación también se realizó para solventar una limitación del Museo en su proceso de divulgación, detectada entre quienes deseaban acceder a la información sobre la vida y obra de Reverón en forma permanente.

Huizi aclara la necesidad de implementar herramientas en el Museo Armando Reverón que llamen la atención del espectador y lo estimulen a continuar investigando:

> *Es necesario crear las condiciones anímicas en la estructura cultural y turística que permitan que el museo se inserte adecuadamente en los escuetos programas turísticos de la zona (...) el Museo debe captar y fijar su atención desplegando imágenes de forma y contenido claramente inteligibles, en las que la información esté dada de forma sintética y amena, y que, al tiempo, tenga la fuerza significativa que permita que los contenidos se graben en su memoria y en su emoción. El público así captado es motivado a buscar, posteriormente a su visita, mayor información sobre el artista y a convertirse en multiplicador de nuestra actividad y de la vida y obra de Reverón.*[18]

[18] HUIZI, María Elena. "Museo Armando Reverón. Un museo que tuvo público antes de ser museo". Museos Ahora: Museos y Público, No. 3, Venezuela, D.G.S DE MUSEOS DEL CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA, 1995, Pág. 76.

Multimedia es la rosa que se transforma
en la cara de una niñita
cuando usted oprime el botón del día de San Valentín.

Tay Vaughman

1.4.- "MULTIMEDIA: UN DESCUBRIMIENTO CONTINUO"

1.4.1.- Conceptos:

Las nuevas tecnologías han revolucionado el mundo, trasladándose a todos los ámbitos de la vida y cambiando la manera de relacionarse de los diferentes miembros de la sociedad.

En este sentido, y guiándonos bajo el propósito que se plantea el presente trabajo, enfocaremos una de las áreas más destacadas de las nuevas tecnologías: **las aplicaciones multimedia**.

Para profundizar en el tema resulta primordial esclarecer lo que engloba el concepto de multimedia. Por este motivo, se han seleccionado algunas definiciones presentadas por destacados autores, cuyas reflexiones sobre la materia son altamente reconocidas:

> *Multimedia es un término genérico para referirse a una gama concreta de tecnologías audiovisuales que han confluido en el proceso de información digital. El escaneado y almacenamiento digital de fotografías, el vídeo, la animación, el texto y el sonido estéreo, han creado las condiciones para que formas anteriores de representación se utilicen en combinación simultánea. Además de la unión en pantalla de todos estos medios anteriormente separados, los multimedia digitales actuales incluyen también, cada vez con mayor frecuencia, diferentes*

formas de asistencia y control de usuario. Estos últimos aspectos de los multimedia son conocidos como interactivos. [19]

Asimismo, D'Amelio resalta la importancia de que este tipo aplicaciones sean interactivas:

Multimedia constituye, una síntesis de las principales tecnologías que manejan la información: computación, vídeo y audio, todos mediante acceso interactivo. Esta última característica, la interactividad, es la más relevante. El multimedia puede incurrir en los modos básicos de experiencia humana: visión, audición e interacción, los cuales forman literalmente el entendimiento del mundo. [20]

Según Vaughman (1994: P.4) "Multimedia es cualquier combinación de texto, arte gráfico, sonido, animación, y vídeo que llega a usted por una computadora u otros medios electrónicos (...). Multimedia estimula los ojos, oídos, yemas de los dedos y, lo más importante, la cabeza".

Por otra parte, Curkierman y Salischiker (1995: P.6) aportan su definición, estableciendo diferencias con respecto a otros formatos: "Multimedia es la integración completa de la gráfica, el audio y el vídeo en el entorno de la computación. Esta definición estaría incompleta si no dijéramos además que, tal como nosotros lo vemos, el multimedia debe permitir la

---

[19] La imagen fotográfica en la cultura digital. Selección, introducción, e índices de Martín Lister. España, Editorial Paidos, 1995, Pág. 198.
[20] D'AMELIO LAMORTE, Enza: Multimedia. La Revolución de los 90, (TESIS UCAB) 1991, Pág. 25.

interactividad. ¿En qué se diferenciaría si no de un vídeo en el cual nuestras únicas opciones son avanzar, retroceder o parar la secuencia?".

Hablando del multimedia como una producción audiovisual Bou Bouzá (1997: P.30) lo define "como una película o como una narración. Es decir, es necesario conocer y aplicar los recursos del lenguaje audiovisual y conjugarlos con los propios de la informática (interacción con el usuario, gestión de la información, tratamiento de la imagen digital, etc.)".

1.4.2.- Ventajas de una aplicación multimedia:

Resulta fundamental destacar las ventajas tecnológicas que presentan los multimedia, por un lado, mayor capacidad de almacenamiento de la información y mayor duración en el tiempo, pues el CD-ROM no es deteriorado fácilmente por los agentes externos del entorno, debido al material de soporte con el que está elaborado. Además, como ya hemos venido afirmando, los multimedia posibilitan la integración de diversos formatos (texto, audio, vídeo e imágenes), todo esto gracias al uso de la tecnología digital. Al respecto, Roscil (1995: P.22) aclara: "La fuerza motriz de multimedia es la tecnología digital. Multimedia representa la convergencia del control y los medios digitales. (...) Los medios digitales se basan en el hecho de que toda la información es percibida con los sentidos (dimensiones, peso, longitud, color y sonido) pueden medirse y representarse con un valor numérico".

Aunque estas ventajas de tipo tecnológico parecieran suficientes para considerar apropiado el uso de aplicaciones multimedia, sus bondades todavía van más allá, pues tal como lo explican López, y otros autores: "Los aportes de la tecnología digital hacen posible la convivencia de todos esos formatos, transformados a códigos donde se cambia «el espacio» físico por la capacidad de almacenamiento de información «virtual», que llega a los sentidos casi de la misma forma que la información real, proveniente del entorno físico". [21]

Los multimedia se ubican por encima de otros formatos digitales en cuanto a la capacidad de llamar la atención del usuario, debido a que su gran atractivo es el de la estimulación de los sentidos. Al respecto Vaughman acota:

> *Multimedia mejora las interfaces tradicionales basadas en solo texto y proporciona beneficios importantes que atraen y mantienen la atención y el interés: Multimedia mejora la retención de la información presentada. Cuando está bien diseñada, puede ser enormemente divertida (...) También proporciona una forma de llegar a personas que temen a las computadoras ya que presentan la información en formas a las que están acostumbradas.* [22]

---

[21] TESIS UCAB: LÓPEZ, Ana Gabriela, y otros: Cuentos y recuentos de hombres que hicieron historia en la radio, 1997, Pág. 20.

[22] VAUGHMAN, Tay: Todo el Poder de Multimedia, México, Editorial McGraw – Hill, segunda edi0ción, 1994, Pág. 163.

Como D'Amelio afirma, una aplicación multimedia "Tiene la capacidad para estimular un mejor procesamiento de la información por parte del usuario". [23]

Por otra parte, Vaughman (1994: P.228) plantea que los multimedia permiten, a través del recurso del hipertexto, que el usuario pueda "... indexarse y sus elementos puedan vincularse para obtener una rápida recuperación electrónica de datos de la información asociada".

Otra ventaja que posee la aplicación multimedia consiste en la sensación de dominio que obtiene el usuario al recorrer las pantallas, tal como lo afirma Haskin (1995: P.189): "Cuando usted puede dirigir de esta forma su propia educación y exploración, es mucho más probable que aprenda y explore mejor. (...) Otra herramienta importante de la hipervinculación es la que permite que uno pueda regresar sobres sus pasos dentro de la aplicación".

Además de todas estas virtudes inherentes a la aplicación, esta herramienta presenta ventajas con respecto a su producción. Una de ellas, es la que menciona López (1992: P.107): "Los costos de producción de este soporte (CD-ROM) se reducen considerablemente".

---

[23] D'AMELIO LAMORTE, Enza: Multimedia. La Revolución de los 90, (TESIS UCAB), 1991, Pág. 25.

Igualmente, Codina (1989: P.45) le atribuye a los multimedia mayores ventajas si se le compara con otras herramientas tecnológicas, como es el caso de Internet: "Con el CD-ROM no hay limitación de horarios de consulta ni de teléfono, ni el uso de programas de comunicación y módem, ni su utilización conlleva gastos de acceso".

1.4.3.- Vías de acceso a la información:

1.4.3.1- Interface:

La interface del usuario de una aplicación multimedia, según Vaughman (1994: P.401), "es una combinación de elementos gráficos y del sistema de navegación". Por su parte, Novel explica que "es la frontera entre un sistema de computadoras, compuesto por hardware, software y usuario humano. Teniendo claro cómo puede organizarse el contenido de la aplicación y cuáles van a ser los caminos y las acciones en cada sitio, ¡hay que hacerlo comprensible al usuario!". [24]

De esta forma la interface es el medio a través del cual el usuario se comunica con el computador, resultando entre ellos la más amigable relación máquina-individuo. Con esto lo que se intenta, de acuerdo con los

[24] NOVEL, Jean Paul: Guía de producción de un proyecto multimedia – Atlas práctico de Venezuela, (TESIS UCAB) 1998, Pág. 57

planteamientos de Placer, es "facilitar el manejo del computador y sus aplicaciones a los usuarios".[25] El multimedia contempla la posibilidad de retroalimentación con el usuario en la medida en que este participe y comprenda la aplicación.

Por esta razón, es importante evaluar con mucho cuidado el punto *para quién* está orientada la aplicación. No todo el mundo tiene la misma facilidad para manejar un computador. Por eso, Vaughman (1994: P.401) afirma que "existen dos tipos de público: los que tienen una cultura informática y los que no...".

La solución para remediar el problema de los diferentes niveles de usuarios (novato/experto), según Vaughman (1994: P.403), "es construir un proyecto de multimedia que tengan gran poder de navegación, brindando acceso al contenido y tareas para los usuarios de todos los niveles, así como un sistema de ayuda que les ofrezca orientación y tranquilidad".

Es por ello, que la regla general de este autor para el diseño de interfaces dice: "la mejor interface de usuario exige el menor esfuerzo de aprendizaje" (Vaughman, 1994: P.403). No con esto se debe pensar que la

[25] PLACER, David: "Multimedia (interfaces) una experiencia comunicacional en la USB", en El Nacional, 23 de junio de 1998.

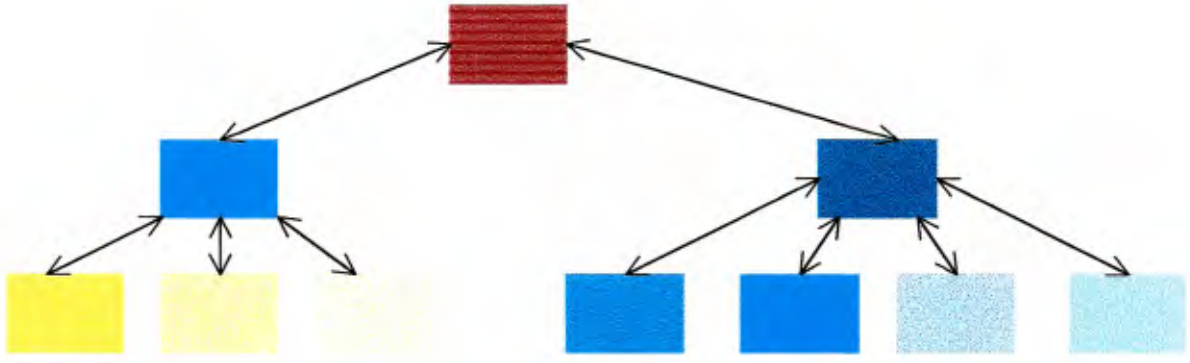
interface sea estática o aburrida, por el contrario, debe ser atractiva y dinámica para capturar la atención y curiosidad del usuario.

1.4.3.2.- Estructura de navegación:

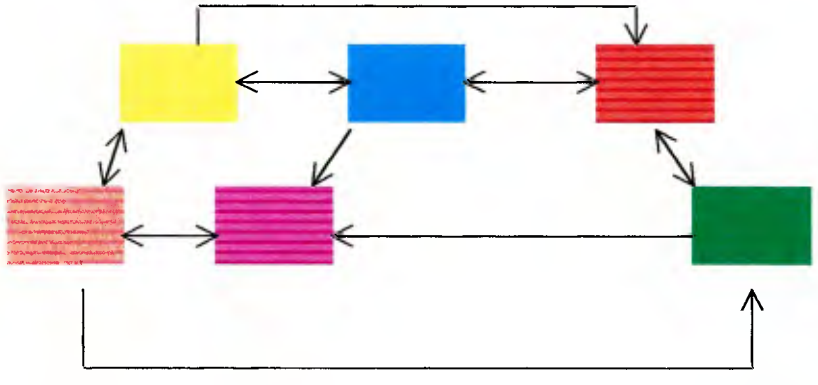
Vaughman (1994: P.57) sugiere que antes de definir cada una de las interfaces o puertas a la información, se deben tener en cuenta las estructuras de navegación. Este mismo autor establece que existen cuatro estructuras de navegación que pueden utilizarse, y de ser necesario combinarse, en el desarrollo de un proyecto multimedia. Estas estructuras son:

Lineal: el usuario navega secuencialmente, de un cuadro o fragmento de la información a otro.

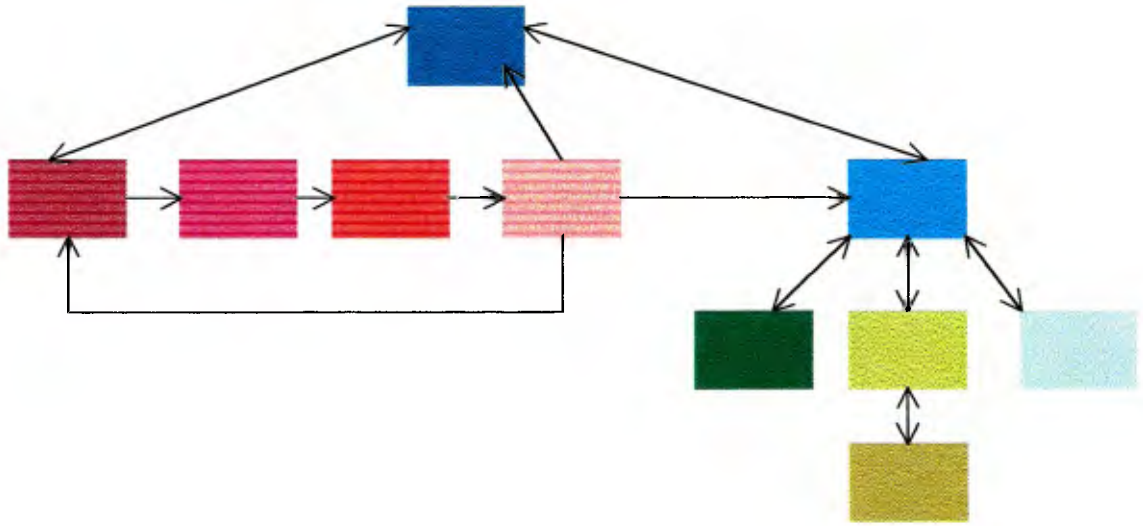
Jerárquica: el usuario navega a través de las ramas de la estructura de árbol que se forma, dada la lógica natural del contenido.



No Lineal: el usuario puede navegar libremente a través del contenido del proyecto, sin limitarse a vías predeterminadas.



Compuesta: los usuarios pueden navegar libremente (no linealmente) pero también están limitados, en ocasiones por presentaciones lineales de películas o de información crítica y de datos que se organizan con más lógica en una forma jerárquica.



Después de tener clara la función de la interface y las estructuras de navegación, se deben considerar los principios generales que han de regir una aplicación multimedia, para ello se toman como referencia los establecidos por Bou Bouzá (1997: P.31):

1.4.4.- Principios generales que rigen la aplicación multimedia:

1.4.4.1.- Principio de la múltiple entrada:

Cuando se diseña una aplicación, se deben tener presentes las características de cada usuario, ya que cada uno de ellos asimila la información presentada de manera diferente. Por tal motivo, a la hora de concebirla, se deben considerar los tres parámetros que intervienen en el proceso de almacenamiento de la información que ocurre en el ser humano:

1.- El cognitivo, señalado por la estructura del contenido, es el que determina si la complejidad de la información presentada puede ser entendida o no por el usuario.

2.- El afectivo, que es el impacto emocional que esta información tiene en el usuario, es decir, el tipo de sentimiento que genera el producto.

3.- El factor de la experiencia previa, que depende de las vivencias que haya tenido el usuario con aplicaciones similares y en qué esquema mental se va a integrar la información.

Los factores viajan por lo que Bou Bouzá (1997: P.31) ha llamado *los canales de comunicación*, pero hay que acordarse, como él mismo dice, que: "...las personas tienen facilidad de percepción para los diferentes canales. El principio multicanal establece, por consiguiente, que para lograr una buena comunicación hay que utilizar todos los canales", pero de forma sincronizada.

A la hora de diseñar una aplicación "no nos estamos limitando a la simple transmisión de información. El mundo multimedia permite crear una especie de profesor que considere estos tres factores"(Bou Bouzá, 1997: P.37).

El principio de la múltiple entrada obliga al diseñador de una aplicación multimedia a tomar en cuenta que el mensaje que manda debe viajar por diferentes canales perceptivos. Por esta razón, el diseñador debe planificar varias vías de acceso o entradas a la misma información y, a la vez, debe obtener la sincronización de todos los canales o vías para lograr una mejor integración del mensaje por parte del usuario, permitiendo que los diferentes receptores puedan utilizarlo sin problema alguno.

1.4.4.2.- Principio de interactividad:

Este principio se basa en lograr que el usuario no sea un mero espectador de los acontecimientos que se le presentan, sino que se convierta en actor de la aplicación. Al respecto, Bou Bouzá (1998: P.33) afirma "que siempre que pueda haber interacción debe haberla". Esta interacción del usuario con la aplicación debe planificarse cuidadosamente para evitar perderse dentro de la misma.

El diseño de la interacción en una aplicación multimedia se resume en seis directrices prácticas:

1. La interacción debe tener como función reforzar el mensaje.
2. El ordenador debe ofrecer la posibilidad de aplicaciones altamente interactivas, es decir, que debe evitar los períodos de tiempo excesivamente prolongados en donde los usuarios no intervengan, debido a que introducir este elemento en una aplicación es como apostar a favor de que el usuario la abandone.
3. La interacción debe implicar participación activa, no repetición de gestos.
4. No es aconsejable recordar al usuario que no puede interactuar.
5. La interacción no se debe limitar al esquema usuario-máquina, sino que debe prever la participación de varias personas.
6. En las aplicaciones de tipo educativo, resulta de sumo interés que la interacción permita obtener un registro de los datos descriptivos de la conducta del usuario.

Bou Bouzá (1997: P. 41) también recalca que el seguimiento de estas reglas genéricas es lo que "...dará cuerpo a la aplicación y la dotará de lo que se llama un sistema de interacción..." Es por esta razón, que en el diseño deben planificarse cuidadosamente cada una de las interacciones del usuario.

1.4.4.3.- Principio de libertad:

De acuerdo con Bou Bouzá (1997: P.37), las aplicaciones multimedia deben plantearse "que el usuario piense que navega libremente, mientras que en realidad está inmerso en un esquema de etapas predeterminado". Ahora bien, la misión del guionista según el autor, " es ocultar este esquema, (...) el usuario percibe la aplicación como un mundo en el que se mueve sin ninguna ruta prefijada. (...) La estrategia más simple consiste en sumergir esta secuencia lineal dentro de un grafo mayor, de manera que el usuario no se dé cuenta de que se está moviendo por una estructura que en el fondo le obliga a seguir una secuencia".

1.4.4.4.- Principio de retroalimentación:

El principio de retroalimentación, en diferentes ámbitos, significa la idea de un sistema que genera información y se utiliza para corregir su funcionamiento. Para adaptarlo a las aplicaciones multimedia hay que tener presentes los cuatros puntos que se detallan a continuación:

1. ¿Qué información se recoge?
2. ¿Cómo se presenta?
3. ¿A quién se dirige?
4. ¿Cómo se procesa?

Este principio utiliza la información generada durante el uso de la aplicación para que se revierta en su mejora, es decir, que las aplicaciones deben tener un sistema que permita que el guionista o creador de la aplicación pueda recibir información sobre cómo se desenvuelven los usuarios al navegar en ella. Bou Bouzá (1997: P.41) afirma que esta " es una característica típica de las aplicaciones en el ámbito de formación, pero no se descarta su inclusión en otro tipo de proyecto multimedia".

1.4.4.5.- Principio de vitalidad:

El principio de vitalidad es resumido por Bou Bouzá (1997: P.41 y 42) en una frase: "toda pantalla esta viva (...) el usuario tiene que percibir la aplicación como algo que funciona autónomamente, como un mundo al que se asoma. Con ello se va más allá del principio de interactividad: en la aplicación siempre sucede algo... ¡Aunque el usuario no haga nada!".

1.4.4.6.- Principio de necesidad:

El diseño de las aplicaciones multimedia debe partir de dos premisas, las cuales son:

1. La aplicación sirve para algo (necesidad de la existencia de la aplicación).

2. La aplicación debe ser multimedia (necesidad de ser diseñada, precisamente, bajo este enfoque).

Todo diseñador de una aplicación multimedia debe preocuparse por la necesidad de la misma, debido a que esta es la razón de ser del producto comunicacional a desarrollar. En la medida en que el diseñador perciba la necesidad de la aplicación propuesta, más fácil será diseñarla. Tal como lo afirma Bou Bouzá (1997: P.45), "si alguien consigue acertar cuál es la causa significativa que justifica el proyecto y qué hace necesaria la existencia de la versión multimedia, entonces ha encontrado una aplicación con futuro".

1.4.4.7.- Principio de atención:

Para este mismo autor, "El objetivo de la aplicación multimedia es mantener la atención sostenida del usuario, es decir, conseguir que el receptor mantenga una actitud continua de expectación ante la aplicación" (Bou Bouzá, 1997: P.50). Para ello se dispone de dos factores: su naturaleza y su apariencia. La generada por el primer factor se identifica con la atención cognitiva (se basa en el valor de la información suministrada) y, la generada por el segundo, se asocia con la atención afectiva (se basa en el lazo emotivo que se establece entre el usuario y la aplicación).

1.4.5.- Componentes de un sistema multimedia:

El sistema multimedia se compone de tres aspectos fundamentales, de acuerdo con lo sugerido por Casabianca, en el artículo "Hipertexto, hipermedio, multimedia. Apuntes de una realidad tecnológica" de Rosamelia Gil: [26]

1.- Los equipos requeridos: Que son los programas de Software y el Hadware empleados para poner en marcha la aplicación.

2.- Las formas de comunicación implicadas: Este elemento consiste en la integración de los diferentes medios que se pueden incorporar en la aplicación, en un todo que le da continuidad y compresión al mensaje que transmite

3.- Los procesos que se ponen en práctica con los sistemas multimedia: Que son los sistemas que permiten elaborar el ambiente multimedia. Los más utilizados son el hipertexto y las redes de comunicación.

1.4.6.- Uso de las aplicaciones multimedia:

Lo primero que se debe aclarar al momento de realizar una aplicación multimedia es qué es lo que se quiere hacer. En esta etapa hay que definir y escribir el guión. Pero antes hay establecer cuales son las técnicas y el estilo que seguirá el guionista para que la idea tome cuerpo.

---

[26] GIL, Rosamelia: "Hipertexto, hipermedios, multimedia. Apuntes de una realidad tecnológica", en: Comunicación, segundo trimestre, Caracas, Centro Gumilla, 1995, Pág. 6-7.

1.4.6.1.- Técnica y estilo:

Cuando Bou Bouzá (1997: P.108) habla de la técnica, es decir, de *los recursos que pueden utilizarse en una aplicación* y el estilo, *la forma en que estos recursos son utilizados en la construcción de una escena*, propone dos principios en donde "la creatividad del guionista pasa no sólo por tener buenas ideas argumentales, sino por aplicarla a la técnica y al estilo. (...) el guionista del multimedia no sólo diseña una aplicación que dice algo interesante, sino que la forma en que lo dice (y en que el usuario descubre) también es interesante".

Este mismo autor plantea que para conseguir que la aplicación posea unidad y le guste al público debe tener un "estilo que le dé cuerpo, esto es, toda una serie de recursos técnicos utilizados de forma armónica, de manera que formen un todo y no las partes disjuntas de un todo" (Bou Bouzá, 1997: P.110).

Para hacer realidad las ideas del guionista se debe conocer la técnica, pues esta ofrece todo un conjunto de posibilidades para materializarla. El uso consecutivo de estos recursos técnicos es el que otorga un estilo que le da un sello personal a la aplicación multimedia. En este sentido, Bou Bouzá (1997: P. 110) afirma que "el estilo, pues, es un toque personal del autor. (...) Cuando una aplicación multimedia carece de estilo, difícilmente tendrá calidad. En estos casos, la aplicación no suele ser más que una sucesión de imágenes, textos, sonido".

De acuerdo con las técnicas y el estilo, las aplicaciones multimedia pueden ser de dos tipos:

1. Aplicación Catálogo:

...es aquella en la que predomina la estructura del texto y la imagen por encima del ritmo de la propia aplicación. Es decir, cuyo punto fuerte es la información que se transmite, el modo en que se organiza y la forma en que se presenta. En estas aplicaciones se valora la cantidad, la relevancia de la información y la comodidad de acceso a la misma (...). Para este tipo de aplicación no hace falta contar con un nutrido grupo de programadores. Es más importante construir un buen equipo de documentación (...). No obstante, sí es fundamental que exista un equipo técnico en informática (...). Dicho equipo técnico no suele existir como tal, ya que estas tareas son asumidas por el equipo de montaje. [27]

2. Aplicación Simulador:

...su importancia reside en que haga partícipe al usuario de una vivencia (...). Normalmente se pide a un simulador que el usuario interiorice o desarrolle una serie de informaciones, hábitos, destrezas, esquemas mentales, etc., por tanto, suele constar de núcleos de información reducidos (no extensos) que buscan influir en la conducta del usuario (...). Se valora en los simuladores la relación con lo simulado (...). Estas aplicaciones logran simular sobre pantalla los mismos problemas que se encontrará el trabajador en la vida real (...). Para este tipo de aplicaciones si hay que contar con programadores que intenten sacar el máximo partido a la aplicación... [28]

Bou Bouzá aclara que estas dos clasificaciones no se sostienen como tales, ya que los clientes piden que la aplicación tenga de todo, sin embargo, estas deben tomarse como punto de referencia para elaborarlas, ya que entre un extremo y otro se encuentran todas las aplicaciones multimedia que se producen

---

[27] BOU BOUZÁ, Guillen: El guión del multimedia. Madrid, editorial Anaya Multimedia – Universitat Autónoma de Barcelona, 1997, Pág. 112 y 113.
[28] Op. cit. Pág. 113 y 114.

hoy en día. De esta forma, la elección de una de las aplicaciones en particular permite establecer sobre qué parte recaerá la carga del trabajo, qué profesionales se necesitan y cuántas personas van a constituir cada uno de los equipos. Si se toma en cuenta esta consideración se logrará que el proyecto avance con facilidad y, a la vez, que se mejore la marcha de la producción.

Otro aspecto que Bou Bouzá resalta es que estas aplicaciones no sólo determinan la estructura del equipo humano, sino también, las herramientas de producción. La decisión del enfoque catálogo – simulador permite determinar, entonces, qué tipo de lenguaje será utilizado en la aplicación.

"Los lenguajes de autor, en general, se orientan a la producción catálogo; los lenguajes de programación, a los simuladores" (Bou Bouzá, 1997: P.118). Este autor recomienda el primero para las personas que desconozcan lenguajes de programación, pues ha sido diseñado para facilitar el trabajo de insertar la información definida en el guión, mientras que el segundo, es empleado por personas que dominan la programación en el entorno multimedia.

Bou Bouzá (1997: P.118) aclara que en la actualidad las aplicaciones multimedia optan por soluciones intermedias que permitan aprovechar las características de producción de unas y otras herramientas: "Por una parte, en los lenguajes de autor se pueden insertar normalmente partes de la aplicación construidas con lenguaje de programación, y por otra, los lenguajes de

programación ofrecen módulos de *programación interactiva* que intenta imitar los lenguajes de autor...".

Es importante tener presente que la producción nace con el guión. Por tal motivo, son las exigencias de este lo que determinará el equipo humano y las herramientas de producción. Tener en cuenta este apartado garantiza que la producción de la aplicación multimedia se desarrolle sin ninguna dificultad, obteniendo así, el éxito del proyecto.

1.4.6.2.- El discurso multimedia:

Luego de haber seleccionado la técnica, el estilo y el lenguaje que se utilizará, se procederán a fijar los medios de apoyo mediante la escogencia del discurso y se decidirá en qué modo se va a expresar la información en cada uno de ellos.

Se entiende por discurso de una aplicación "la forma en que aparecen y se suceden las imágenes, textos, sonidos y demás elementos en los que se apoya el mensaje. La aplicación puede ser pensada como una sucesión de estímulos que recibe el usuario: la forma en que el guionista organiza dichos estímulos es el discurso" (Bou Bouzá, 1997: P.118).

Este autor también dice que en el desarrollo del discurso se debe tener siempre presente cuáles son las reglas generales que cada medio tiene para que la información logre los objetivos que pretende. Con estas reglas, lo que se busca es obtener el máximo interés por parte del usuario, evitando que abandone la comunicación.

De esta forma, el discurso multimedia cuenta con una serie de recursos o elementos que le permiten al guionista lograr los objetivos comunicacionales que se planteó. Goncálvez, otros autores ayudan a comprender, "que la disposición de los diferentes elementos multimedia con los que se cuenta, permite crear interfaces para desplegar los mensajes y lograr el objetivo comunicacional perseguido".[29] Finalmente, se puede decir que estos recursos o elementos le proporcionan al guionista el "gancho" que hará que la producción sea atractiva.

Es por esta razón, que Bou Bouzá (1997: P.136) plantea que "será ineludible recurrir a los recursos discursivos que enfaticen cada mensaje que la aplicación manda al usuario. Por tanto, (...) a la hora de diseñar aplicaciones multimedia: por mucho que piense que se trata simplemente de transmitir información textual o mostrar imágenes, lo que en realidad tenemos que hacer es narración...".

Según el autor, "... en el axioma fundamental del desarrollo de las aplicaciones multimedia: cada pantalla es un problema". A raíz de este apartado Bou Bouzá (1997: P.136) afirma que "un buen guionista debe ser, para empezar, un buen narrador. Y el buen narrador no se juzga sólamente en términos de contenido, sino también en términos de interés. (...) Una novela es excelente no sólo porque narra algo interesante, sino porque lo narra de forma que nos cautiva...".

Bou Bouzá (1997: P.136) afirma que "en el fondo, una aplicación multimedia no es tan diferente de una novela o de una película de cine (...). Es decir, una aplicación puede ser vista como una narración que fluye mediante escenas interactivas (...). En consecuencia, cada escena en sí es un ejercicio de narración".

Algunas reglas procedentes de otros medios (cine y televisión) son reinterpretadas desde la perspectiva del entorno multimedia:

1. El tipo de atención basado en imágenes:

El multimedia, igual que el cine y la televisión, se basa en historias contadas en imágenes, con la diferencia de que este no sólo ofrece la oportunidad percibir

---

[29] TESIS UCAB: GONCALVEZ, Andreína, HERNÁNDEZ Heidy y otros: Desarrollo de una aplicación multimedia sobre el perfil corporativo de PDVSA. Caracas, septiembre de 1997,

los acontecimientos, sino que interviene en el desarrollo de la historia, es decir, que interactúa, generando en el usuario una actitud despierta y activa ante lo que observa.

2. El tratamiento de ritmo en la narración audiovisual:

Bou Bouzá (1997: P.140) afirma que "Cuando transmitimos un mensaje hay dos formas básicas de captar al receptor: Por el interés de la información o por el ritmo de la narración". El tratamiento de la información será la pauta para saber el tipo de ritmo que debe tener la aplicación. Es decir, a menor interés por la información suministrada, mayor es el ritmo narrativo y viceversa. En otras palabras, en una aplicación en donde la información es el centro de interés se manejará un ritmo más lento que en aquella que busca generar una reacción en el usuario.

3. La información textual en el discurso compartido con imágenes, cumple dos funciones:

1.- Relevo: cuando la información textual acompaña a la imagen.

2.- Ancla: ayuda a fijar los significados que las imágenes tratan de transmitir y sirve de guía en la interpretación del usuario.

Bou Bouzá (1997: P.146) explica que aunque "el texto se incluya en las aplicaciones, el mundo multimedia no es un medio textual. Por tanto, una aplicación no es un lugar donde se pueda copiar páginas de libros, es un sitio en donde los textos juegan un papel armónico con otros elementos". Es por esta

razón, que el autor sostiene que se debe aprender a explicar en imágenes y, sólo se debe recurrir al texto para transmitir información muy precisa. Es importante no olvidar que leer en pantalla puede cansar al usuario, por lo que se aconseja no abusar del recurso de textos y se recomienda el uso predominante de imágenes, pues como explica Bou Bouzá el multimedia es un medio netamente audiovisual.

1.4.6.3.- Hipertexto:

El hipertexto es otro elemento importante, según Bou Bouzá (1997: P.147), en el desarrollo del discurso de la aplicación multimedia, éste es considerado como " ...una colección de textos organizados para que el usuario no los consulte de forma lineal, sino bajo demanda de sus apetencias o necesidades. La forma habitual de señalar estas preferencias por parte del usuario consiste en pulsar sobre las palabras resaltadas que activan un cambio de página y, por tanto, que la lectura continúe en otro texto diferente...".

Bou Bouzá (1997: P.148) explica que " el hipertexto no es la solución al problema de los textos largos en las aplicaciones, pero puede ser una alternativa válida para resolver los problemas de guión causados por el mismo".

Por otra parte, Vaughman (1994: P.228) habla de hipertexto explicando lo siguiente: "cuando un proyecto de hipermedia incluye grandes

actividades de texto o contenido simbólico, éste puede indexarse y sus elementos pueden vincularse para obtener una rápida recuperación electrónica de datos de la información asociada. Cuando las palabras se convierten en claves o están indexadas a otras palabras usted tiene un sistema hipertexto". Este autor entiende por hipermedia "cuando un diseñador proporciona una estructura de elementos y grados a través de la cual el usuario puede navegar e interactuar".

1.4.7.- La producción multimedia:

El proceso de producción para Bou Bouzá (1997: P.74) tiene que ver con "toda la actividad que hace que la aplicación exista físicamente. Nos limitamos, por tanto, al diseño y desarrollo de la aplicación". Por otra parte, Vaughman (1994: P.413) entiende que la producción "es la fase en la que el proyecto de multimedia se genera".

Esta etapa se basa, como afirma Bou Bouzá (1998: P.74), en la construcción de la escena. Anteriormente, las aplicaciones informáticas standard consistían en resolver uno o varios problemas preestablecidos. Esta concepción, que todavía está vigente, es descrita por el autor como la "...centrada en el todo. En ella, el eje de la producción depende del análisis, en el cual se concibe toda la aplicación y se especifican sus componentes. El trabajo posterior no es más que la programación de estos componentes...".

Bou Bouzá plantea que la producción de aplicaciones multimedia:

> *"... ha dejado de lado la visión centrada en el todo para optar por el enfoque centrado en las unidades. En el mundo multimedia lo importante son las escenas, esto es, estas unidades con cierta autonomía que forman un todo que llamamos aplicación. En nuestras aplicaciones lo difícil no será tanto idear la aplicación en su totalidad, sino el pensar cada escena (...).La aplicación acaba cuando toda la información textual del guión ha sido transformada en escenas"*[30].

Bou Bouzá plantea que el esquema de producción multimedia ha ido evolucionando a través del tiempo, en un inicio, el proceso de producción contaba con un analista que distribuía las tareas entre los programadores y, cuando estos últimos las llevaban a cabo, culminaba el proyecto.

A medida que la aplicación multimedia se fue perfeccionando con la integración de nuevas tecnologías audiovisuales en el proceso de información digital, se produjo la construcción de una estructura más compleja. Surgió, entonces, la necesidad de trabajo en equipo, con miras a obtener un producto de calidad. Por tal motivo, su esquema se orientó en lo que Bou Bouzá llamó escenas centradas en unidades, asignando a cada grupo tareas concretas y definidas:

---

[30] BOU BOUZÁ, Guillen: El guión del multimedia. Madrid, Editorial Anaya Multimedia – Universitat Autónoma de Barcelona, 1997, Pág. 74.

- Equipo de Guión:

Tiene como tarea redactar el guión según los convenios establecidos, fijando así cómo será cada escena. Es el equipo de encargado de llevar la aplicación multimedia del plano de las ideas al plano de la realidad (lo factible). Por ser el punto de partida de la producción de la aplicación, su responsabilidad es concebir la aplicación y lograr que sea susceptible de ser producida. Esto debe hacerlo de manera inteligible para todos los demás equipos.

- Equipo de documentación:

Se encarga de realizar las investigaciones necesarias para la obtención de los datos y actores (imagen, vídeo, sonido, textos, etc.) que van a ser incluidos en la aplicación. Este equipo responde por la entrega física de cada elemento y, además, es el encargado de vigilar los derechos intelectuales de cada elemento que se usa en la aplicación.

- Equipo de formato de datos:

Fusiona la información de los equipos anteriormente mencionados (guión y documentación), con el fin de unificarlas en un todo que pueda ser entendido y ejecutado por el equipo de montaje. Además, realiza la digitalización y ajusta los datos al formato convenido. Tiene como responsabilidad la entrega de estos elementos y la homogeneización de los datos según las pautas o patrones establecidos en la producción.

- Equipo de montaje de la aplicación:

Se encarga de tomar toda la información recolectada por los demás equipos y conjugarla para montar y programar la aplicación definitiva. De él depende la apariencia y las cualidades de la aplicación definitiva.

La coordinación entre los equipos de producción de una aplicación multimedia dan como resultado que las escenas formen un todo. Por este motivo, cada equipo trabaja a partir del material que entrega el otro, sus labores se encuentran encadenadas.

A pesar de que la construcción de la aplicación se desarrolla en individualidades, el trabajo de cada cual debe estar integrado de tal manera que pueda ser visto como la suma de las partes de un todo, produciendo la homogeneidad del multimedia y dando la impresión de que el producto fue hecho por una sola persona.

II.- MARCO METODOLÓGICO

2.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Los museos son centros productores de cultura, razón por la cual deben ser considerados elementos de transformación individual y social. Entre sus funciones principales sobresale la de deleitar, informar y educar a sus visitantes, y para esto, deben plantearse políticas comunicacionales eficientes, recordando que su objetivo primordial es estar al servicio de la sociedad y de su desarrollo.

Bajo este orden, se debe entender la comunicación como un proceso que transmite los conocimientos aportados por las exposiciones, la actividad editorial de la institución museística y las experiencias creativas complementarias, buscando integrar y dinamizar las acciones culturales que van dirigidas al público.

El enfoque museístico actual ve al espectador como un sujeto activo, capaz de intervenir y proponer ideas que permitan insertarlo dentro de la dinámica cultural como un actor que, además de compartir experiencias en el museo, se comportará como promotor y difusor de su labor.

Esta nueva perspectiva es producto de una dinámica cultural gestada, poco a poco, por la incorporación de las nuevas herramientas comunicacionales a las políticas de difusión de los museos. Los avances tecnológicos fueron y

siguen siendo elementos claves del cambio conceptual que hoy en día viven estos recintos.

El auge de Internet y de los entornos tridimensionales, supuso el fortalecimiento definitivo de la comunicación total, expresada en múltiples formatos que se conocen como **multimedia**.

La dinámica cultural tuvo que ir más allá de la utilización de medios de comunicación únicamente audiovisuales, e incorporar al espectador pasivo en una interacción constante con diversos elementos que lo convierten en el protagonista de las acciones.

La motivación y el estímulo del público para el conocimiento, acceso y disfrute de las exposiciones, publicaciones y demás servicios que presta el museo a la comunidad, dependen en gran medida de la proyección, promoción y difusión que tenga la institución.

En este sentido, encontramos en el Museo Armando Reverón un gran avance. Este pequeño pero singular museo monográfico, vivienda y taller de uno de los máximos representantes de la pintura venezolana, ofrece desde 1991 un disco láser integrado por una serie de vídeos que abarcan los principales aspectos de la vida y obra de Reverón. El éxito obtenido por esta institución al incorporar los avances de la tecnología a su política de difusión, ha hecho que

los visitantes conozcan y disfruten al mismo tiempo y, también, hallen un espacio de sintonía con la institución. Sin embargo, pensamos que esta aplicación multimedia está desactualizada, en primer lugar, porque no contiene información sobre la Fundación Museo Armando Reverón debido a que esta recién estaba iniciando sus labores cuando crearon dicha aplicación y, en segundo lugar, porque la tecnología que se utilizó ha perdido vigencia si la comparamos con la tecnología que se emplea en la actualidad

El disco láser ha sido desplazado por el CD-ROM, motivo por el cual creemos que se hace apremiante para el Museo Armando Reverón la actualización de esta herramienta y de su contenido, ofreciendo así, mayores posibilidades de interacción, para que el receptor se integre más a esa dinámica comunicacional entre el objeto, el museo y el público, nexos estos que, al consolidarse, hacen que la información y el mensaje cobren vida y mayor significación.

La Fundación Museo Armando Reverón, después de conocer las ventajas que ofrece el CD-ROM, funge nuevamente como pionera en el proceso de incorporar las nuevas tecnologías a su política comunicacional.

2.2- JUSTIFICACIÓN:

El Museo Armando Reverón, a pesar de estar consolidado como una de las mejores referencias culturales del país, paradójicamente presenta una serie de limitantes que se derivan de su ubicación geográfica. La casa-taller del artista fue construida a 100 mts. del mar, por este motivo, la edificación se enfrenta constantemente a condiciones climáticas, adversas, como las causadas por los altos niveles de humedad y de salitre. Aunado a esto, las obras de Reverón fueron realizadas con materiales delicados que requieren, para su conservación, de un especial cuidado.

Quienes visitan el Museo Armando Reverón se encuentran con un gran vacío al no hallar en él las piezas originales elaboradas por el artista. Esta situación, produce, en ocasiones, cierta inconformidad entre el público visitante que supone que en este lugar, institución destinada a la divulgación de la obra del maestro de Macuto y que además fue el sitio en el que desarrolló la mayor parte de su creación, pueden observarse las verdaderas obras de Reverón expuestas en forma permanente.

Esta situación se agrava si se toma en cuenta que en el país no existe una sala de exposición dedicada exclusivamente a mostrar la obra conocido maestro, en la que los visitantes puedan satisfacer su deseo de conocer la obra reveroniana.

Como esta realidad, por los momentos, no se puede modificar, ni está en nuestras manos hacerlo, pensamos en ofrecer otra alternativa que brindara una visión completa sobre la obra reveroniana y que, de alguna manera, complementara la información aportada por el Museo Armando Reverón.

Por otra parte, la obra reveroniana ha sido objeto de múltiples estudios y su proceso de descubrimiento y redescubrimiento parece no tener fin. Por esta razón, el museo monográfico Armando Reverón se ha visto en la necesidad de implementar instrumentos que ayuden a difundir la mayor información posible a las personas interesadas, haciendo posible el proceso de aprendizaje de aquellos que acuden a esta institución sin un conocimiento previo de la vida y obra del artista, o de quienes, simplemente, deseen obtener una visión más profunda sin tener que dedicar gran parte de su tiempo a revisar el material bibliográfico existente.

Consideramos la escogencia de una aplicación multimedia interactiva porque es un medio que posee grandes ventajas, con muy buenos resultados en la experiencia previa. En primer lugar, permite la estimulación de los cinco sentidos del espectador al suministrarle la información mediante la combinación de diversos formatos (textos, fotografías, vídeos, sonidos) que apelan directamente a sus emociones. Con esto se logra romper la barrera que tradicionalmente se impone entre el público y la institución cultural, pues una

aplicación multimedia, al no exigir mayores cuidados (como si lo requieren los demás elementos que componen el museo), permite que sea el mismo usuario el que la manipule y dirija su proceso de aprendizaje.

Además, los multimedia originan con su distribución un programa de extensión cultural fuera de la sede de la institución, debido a que hacen llegar el mensaje a aquellos sectores de la población que, por distintas razones, no podrían desplazarse hasta el museo.

La aplicación sirve de guía de estudio para facilitar la comprensión del artista y de la Fundación que lleva su nombre. Esta herramienta interactiva motiva al público a buscar mayor información sobre el pintor y a difundir las actividades que realiza la institución.

2.3.- OBJETIVOS:

- Objetivo General: Diseñar un proyecto multimedia interactivo que permita a la Fundación Museo Armando Reverón la difusión del patrimonio cultural que le compete.

En este caso particular, consiste en ofrecer al público una visión más completa sobre la vida y obra del pintor de la luz, abordada desde diversos puntos de vista, ampliando las perspectivas críticas existentes y proporcionando

un más extenso abanico de posibilidades para conocer al artista. La difusión del producto final se empleará para reforzar la imagen institucional de la Fundación, sirviéndose de los avances tecnológicos al desarrollar una labor educativa informal.

- Objetivos Específicos:

1. Investigar sobre la vida y obra de Armando Reverón, buscando nuevos detalles y datos sobre ella, para incorporarlos al CD-ROM.
2. Actualizar su cronología con base en la información hallada.
3. Revisar los períodos en los que se ha clasificado la obra de Reverón bajo la luz de los cuatro críticos contemporáneos que analizaron su creación.
4. Detallar la labor desarrollada por la Fundación de manera accesible al público a fin de difundirla ampliamente.

2.4.- Tipo de investigación:

Nuestro Trabajo Especial de Grado está enmarcado dentro de la modalidad C denominada "Diseño de proyecto y producción", establecida por la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello. Esta consiste en la proposición de un plan operativo factible para resolver un problema comunicacional, producir un mensaje a través de un medio de comunicación (que es nuestro caso) o capacitar usuarios. Mediante la aplicación

multimedia se pretende contribuir a crear un valor agregado en el CD-ROM, ofreciendo una vía alterna de comunicación del Museo con sus visitantes. El fin de la comunicación es producir un mensaje que busca la familiarización e identificación de los visitantes con el Museo y con la información que difunde, a través de un medio interactivo.

Además, de acuerdo con el tema y los objetivos planteados, la investigación inherente a nuestro Trabajo Especial de Grado también puede clasificarse según Sampieri Hernández [31] como del tipo exploratorio, que se caracteriza por desarrollar un tema de estudio poco abordado. Igualmente, según plantea ese mismo autor, el diseño de nuestra investigación puede ser catalogado como no experimental, porque es un enfoque retrospectivo, que se realiza sin manipular deliberadamente las variables independientes, pues se basa en variables que ya ocurrieron o se dieron en la realidad sin la intervención del investigador.

2.5.- Descripción del proyecto:

El interés del comunicador social viene de la difícil tarea que representa la construcción de un lenguaje acorde con el novedoso medio de

[31] HERNÁNDEZ, Sampieri: Metodología de la investigación. Primera edición, México, Editorial McGraw-Hill, 1991, Pág. 58.

difusión, que constituye el multimedia, el cual permite incorporar en un solo producto, las bondades de los medios hasta ahora existentes.

Los profesionales de la comunicación que se están formando hoy en día deben involucrase en los estudios e investigaciones de los procesos de cambios comunicacionales que se están dando en el mundo y, muy especialmente, en los medios informativos.

Partiendo de esta inquietud, se realizó una investigación cuyo norte fue elaborar el diseño de una aplicación multimedia interactiva con base en los requerimientos de la Fundación Museo Armando Reverón a fin de ampliar su campo de difusión. Tomamos esta institución como referencia porque es un museo monográfico que concentra sus esfuerzos en el estudio de un artista en particular, aspecto este que delimitó nuestra investigación y la hizo factible.

Centramos nuestro diseño en dos elementos claves de acuerdo con la misión que posee la institución escogida. Por una parte, resaltamos la vida y obra de Armando Reverón y estructuramos la aplicación de manera que permita al usuario obtener información sobre la infancia del artista, sus estudios, su desarrollo como pintor, su influencia artística, su permanencia en El Castillete, el entorno social de la época, la periodización de su obra, los géneros y materiales utilizados, en fin, todos los elementos que configuraron su mundo, y, por otra, destacamos la labor de la Fundación encargada de difundir su imagen,

haciendo un recuento histórico de los logros de cada una de las gestiones de las diferentes Presidentas, describiendo todas las exposiciones realizadas desde el momento de su creación, mostrando y analizando las obras que integran su colección pictórica y explicando los servicios complementarios que brinda al público.

III.- UNA VÍA SIN LÍMITES PARA ABORDAR LA OBRA REVERONIANA

3.1 Planificación:

Todo proyecto multimedia se concibe a partir de una idea o una necesidad comunicacional que debe ser solventada. Una vez identificada, el siguiente paso es definir los objetivos que se desean alcanzar con la aplicación y que serán los que orienten el planteamiento de la estructura y todo el proceso de diseño.

Aclarados estos aspectos, se debe planear la interface gráfica, la estructura y el sistema de navegación: La interface gráfica, es el aspecto que la aplicación va a tener para el usuario, la colocación y disposición de los botones, el menú, los cuadros de diálogos, etc.; la estructura de la aplicación, desde el punto de vista del programador o diseñador, es la guía que permite ir de una pantalla a otra, y que, desde la perspectiva del usuario, es la selección del recorrido a ejecutar o la manera en la que este tendrá acceso a la información presentada; y finalmente, el sistema de navegación, es el recorrido que va a realizar el receptor desde la pantalla inicial pasando por todo el conjunto de las demás pantallas.

En la primera fase del proyecto se decide el tipo de aplicación que se va a desarrollar, a continuación se fijan las partes y se determina en qué modo se va a expresar la información de cada una de ellas. Por último, se plasma el

diagrama de flujo de la aplicación, que consiste en los enlaces entre las partes principales, el recorrido de la navegación y los vínculos entre ellas.

Después de establecer la dinámica de acción y el desarrollo que se empleará en la aplicación, se empieza de inmediato la recolección de todo el material requerido para hacer los guiones de la aplicación multimedia. Por una parte, deben hacerse los guiones de todas las secuencias de imágenes, tanto las que están en movimiento (vídeos) como las fijas (fotografías) con su respectivo audio y, por otra, deben redactarse todos los textos que integrarán cada una de las pantallas.

La herramienta multimedia deberá estar diseñada para administrar los elementos ofrecidos individualmente y permitir que los usuarios interactúen. El conjunto de lo que se produce y la forma de presentarlo al observador es lo que se conoce como *interface humana*, mientras, el equipo y los programas que rigen los límites de lo que puede ocurrir constituyen *la plataforma o ambiente multimedia.*

3.2.- Diseño:

3.2.1.- Diseño estructural:

La estructura consiste en ordenar, en una secuencia lógica, cada uno de los escenarios que conformarán la aplicación multimedia. Este proceso se lleva a cabo a través de dos tipos de estructura: la de información o contenido y la de navegación.

3.2.1.1.- Estructura de contenido:

Este primer tipo de estructura consiste en jerarquizar la información para otorgarle un contexto y un significado. Con base en el material disponible se definirán los temas principales, así como también, los que de estos se derivan. El desglose se lleva a cabo con la finalidad de que el usuario comprenda el mensaje que se le presenta.

La técnica utilizada para la relación de los contenidos fue la pirámide invertida, es decir, que las informaciones fueron organizadas de acuerdo a su importancia y partiendo de contenidos amplios y generales para abordar los temas específicos. El material recopilado se clasificó en tres temas principales,

cada uno de los cuales, a su vez, se sub-dividió siguiendo el índice que se presenta a continuación:

Pantalla de presentación: Temas principales.

1.- Vida y Obra del Artista.

2.- Fundación Museo Armando Reverón.

3.- Galería.

Sub-pantallas de presentación: Temas derivados.

1. Vida y Obra del Artista.
   - A. Hombre – Pintor.
   - B. Pintor Época.
   - C. Obras.
   - D. Mundo Reveroniano.

2. Fundación Museo Armando Reverón
   - A. Antecedentes.
   - B. Colección.
   - C. Exposiciones.
   - D. Educación.

3 Galería
   - Obras.

Tema 1 - Sub-pantalla:

Vida y obra del artista: Cuenta, a través de imágenes, vídeos, textos, animaciones y sonidos, los acontecimientos que se suscitaron en torno a la vida de Armando Reverón. Con base en este objetivo central, se realizaron los enlaces que acompañan este capítulo, los cuales son:

A. Hombre – pintor
- a.1 Infancia, adolescencia y estudios.
- a.2 Madurez –Reverón en El Castillete.
- a.3 Últimos años.
- a.4 Anécdotas.

B. Pintor – Época
- b.1 Venezuela.
- b.2 Influencia artística.

C. OBRAS

- c.1 Críticos
  - CUATRO MIRADAS EN TORNO A ARMANDO REVERÓN
    - Alfredo Boulton
      - Época azul (1919-1924).
      - Época Blanca (1924-
      - Época Sepia (1940 -1946).
    - Juan Calzadilla
      - Etapa Formativa.
      - Serie de las Majas.
      - Expresionismo.
    - Miguel Arroyo.
    - Luis Pérez Oramas.
- c.2 Géneros.
- c.3 Materiales.
- c.4 Producción Informal.

D. El mundo Reveroniano

- d.1 Casa – taller.
- d.2 Su esposa y compañera.
- d.3 Testimonios.

Tema 2. Sub-Pantallas:

Fundación Museo Armando Reverón: En este capítulo se presenta, en términos sencillos de comprender, la misión que tiene la Fundación como ente encargado de promover y difundir el desarrollo artístico del maestro Reverón, en Venezuela y en el mundo. El esquema definitivo de enlace para este capítulo es:

A. Antecedentes de la Fundación

B. Colección Pictórica
- c.1 La Familia, 1919.
- c.2 Cocotero en La Playa, 1930.
- c.3 El Rancho, 1930.
- c.4 Puerto de La Guaira, 1941.
- c.5 Anciano, Tres Mujeres y Un Niño, 1948.

D. Exposiciones

1.- Reverón y sus Amigos (noviembre 1992).

2.- Victor Millán, mares, vírgenes y territorios azules (marzo 1993).

3.- El Castillete, la mutación de un habitat. Sentido de una intervención (julio 1993).

4.- Imágenes solares. Ricardo Razetti: Una mirada sobre Reverón (noviembre 1993).

5.- Los Objetos de Reverón. La ilusión de inventar la realidad (noviembre 1993).

6.- Rostros de Reverón (septiembre 1994).

7.- Formas del inicio. La pintura rupestre en Venezuela, una presencia de nuestro pasado remoto en el espacio sagrado de Armando Reverón (diciembre 1994).

8.-Adquisición reciente - Anciano, tres mujeres y un niño, 1948. (mayo 1995).

9.-Colección Permanente de Pintura (mayo 1995).

10.- Macuto en la Pintura venezolana, 1885 1957 (agosto 1995).

11.- Reverón en la mirada de Victoriano de los Ríos (febrero 1996).

12.- El Mundo Vegetal de El Castillete (mayo 1996).

13.- El artista y la Máscara 14 creadores venezolanos (mayo 1996).

14.- El Habitat de Armando Reverón

15.- Materia y Cuerpo imágenes de Armando Reverón (mayo 1997).

D. Exposiciones

16.- Temperar en Macuto, 1884-1900 (agosto 1998).

17.- Alma y Candor de la Costa paisaje, costumbres y tradiciones costeras en la pintura popular venezolana (agosto 1998).

18.- Andrés de Santa María, 1860-1945. (agosto 1998).

19.- Remontaje de la exposición " 40 artistas con Reverón. 1 era subasta a beneficio del Museo Armando Reverón (1998).

20.- Ingenio, Arte y Tradición. Eventos, Fiestas y Piezas Artesanales (mayo 1999)

E. Educación

e.1 Talleres Infantiles y Juveniles de Formación Artística " Juanita Mota".

e.2 Visitas Guiadas.

e.3 Charlas, Conferencias, Seminarios, Foros.

e.4 Vivencias y Rescate de Tradiciones y Folklore.

Tema 3. - Sub-Pantalla

Galería: Este capítulo puede ser considerado como el anexo de un libro, en el que se muestran algunas de las obras más resaltantes de los períodos del artista.

A este índice de contenido deben agregárseles las pantallas de presentación de la aplicación y de los créditos.

3.2.1.2.- Estructura de Navegación:

Es el camino que va a recorrer el usuario para ir de la pantalla principal al conjunto de pantallas que conforman la aplicación. La meta de la estructura navegación es guiar al usuario en su recorrido por las pantallas, de manera que obtenga la información deseada en el menor tiempo posible.

De acuerdo con la clasificación de Vaughman, descrita anteriormente en el Marco Teórico, el método utilizado para el diseño de este proyecto es de tipo jerárquico.

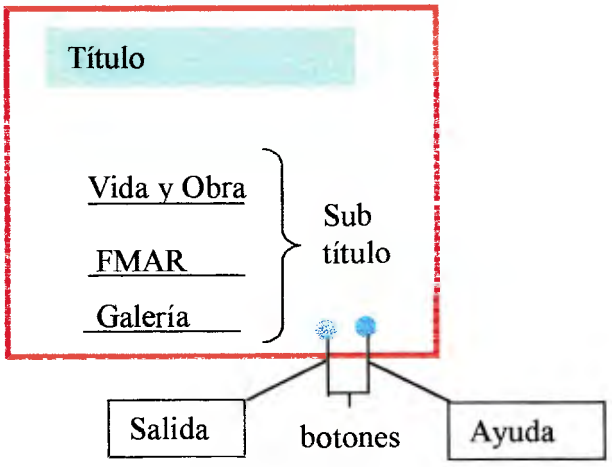
3.2.2.- Diseño Instruccional:

El diseño instruccional consiste en establecer o ubicar las zonas que conformarán el escenario, asignando cuáles serán los botones fijos y las partes que conformarán las pantallas. Se escogió un estilo clásico para mantener la

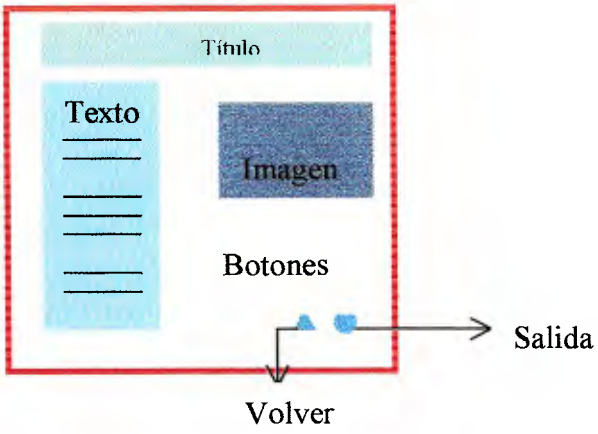
tónica que estará presente a lo largo de toda la aplicación con la finalidad de lograr coherencia en la forma de navegación.

De esta forma, las pantallas del multimedia quedaron establecidas de la siguiente manera:

Pantalla Principal:



Sub-pantallas:



Como se observa, la composición de las pantallas es sencilla. Cada uno de los elementos está plenamente justificado para evitar así, que el usuario abandone la aplicación por cansancio o aburrimiento.

A pesar de mantenerse el mismo estilo en el diseño instruccional de las pantallas de la aplicación, en algunos casos se presentan cambios en el escenario debido a que el tema tratado así lo amerita. Estas pantallas son las referentes a las anécdotas, sus últimos años y la galería de obras.

3.2.3.- Diseño Gráfico:

Una vez definidas las zonas de las pantallas (diseño instruccional), se debe determinar la imagen o apariencia que tendrán cada uno de los escenarios que componen la aplicación. El diseño gráfico elegido corresponde a un estilo clásico, de acuerdo con la política comunicacional que viene implementando la Fundación Museo Armando Reverón.

Para el diseño gráfico de nuestro multimedia se establecieron los siguientes elementos:

1. Fondo: Es la superficie que ambienta todo el escenario. En este caso se utilizaron fotografías alusivas a los temas tratados en cada una de las pantallas.

2. Color: Las tonalidades básicas que se escogieron fueron el azul, el blanco y el sepia, siguiendo el estilo reveroniano que identifica a la Fundación. Además se emplearon otras combinaciones utilizando colores pasteles.
3. Texto: La fuente escrita presente en el multimedia es de dos tipos. El primero, de tipo referencial, que son todos aquellos títulos que funcionan como botones o que están asociados a los mismos y, el segundo, compuesto por el texto informativo, que es el que suministra el soporte conceptual de cada una de las pantallas. El tipo de letra empleado fue la Brunst y la Codex, para los botones, y la Arial, para el texto informativo, variando el número de puntos según el tipo de texto. El lenguaje utilizado se caracteriza por ser claro, conciso y de fácil entendimiento.
4. Vídeo: Es el soporte que recrea una realidad y le permite al usuario obtener una referencia visual del tema abordado. El material seleccionado para este diseño fue tomado de la película "Armando Reverón. Cuatro Testimonios", un programa de "Así son las Cosas" y las entrevistas realizadas a los críticos y a las Presidentas de la institución. La calidad de los vídeos es media, debido a que después de digitalizados y editados fueron guardados en formato QuickTime, standard que permite una lectura rápida del vídeo desde un lector de CD.

5. Imagen: Las fotografías se utilizaron bajo dos conceptos, el primero, para hacer las composiciones del fondo en cada una de las pantallas y, el segundo, para conformar las secuencias que complementan el material escrito.
6. Botones: Dentro de la aplicación multimedia se manejan dos tipos de botones, los del menú principal y los alternativos. Los primeros, son de color azul claro, están ubicados en la parte inferior derecha de cada pantalla y tienen forma circular o triangular, para salir y retroceder respectivamente. Mientras que los segundos, que son los de texto, permiten enlazar las pantallas principales con cada una de las sub-pantallas.
7. Sonido: Los sonidos que complementan la aplicación son de dos tipos. En primer lugar, los correspondientes a la locución, realizada por una voz en off masculina que aparece tanto en la presentación como en cada capítulo y, en segundo, los que conforman la banda sonora.
8. Animación: Este recurso consiste en darle movimiento a las imágenes para generar interés e impacto en el usuario. A lo largo del diseño se observan dos tipos de animación, la que está integrada a las sub-pantallas y la que introduce el multimedia. La pantalla de presentación consiste en una animación que se inicia con un fondo negro en el que aparece letra por letra la firma del artista (A. REVERÓN). Luego, dentro de cada una de las letras van surgiendo

diferentes imágenes que ilustran la vida del pintor de la luz. Las fotos se desbordan hasta completar su tamaño y van girando hasta que los bordes conformen las líneas del logo de la Fundación Museo Armando Reverón.

Es importante destacar que antes de visualizarse la animación fue programada una pantalla en donde a parece la frase "*Espere un momento, por favor...*", con la intención de que el usuario espere mientras se carga el sistema.

3.3.- Montaje:

En esta etapa se conjugan las informaciones recolectadas para programar la apariencia y las cualidades que tendrá la aplicación multimedia definitiva. Su éxito depende básicamente de seguir al pie de la letra el diseño estructural planteado, pues sólo a partir de este se asegura la acertada elección de los elementos que conforman el todo comunicacional que tendrá la aplicación multimedia.

Para esta etapa del proyecto es necesario contar con los siguientes elementos:

Requerimientos para hacer una aplicación multimedia.

- Scanner Sean Jet 4C.
- Cámara fotográfica digital Agfa Ephoto 1680.
- Perception para digitalizar los vídeos.
- Sound Blaster Live para digitalizar los audios.

Requerimiento de Software y Hardware:

1.-Software: De la gran gama de programas que se consiguen en el mercado, se escogieron los siguientes porque, además de presentar múltiples ventajas, se encontraban a nuestro alcance.

- Authorware Macromedia versión 4: Es un programa para realizar multimedia, cuya interface es gráfica. Esto facilita la visualización de la estructura arbórea que se está elaborando y admite su programación por medio de un lenguaje sencillo. Al evitar complicaciones con la sintaxis, presenta la ventaja de que permite invertir más tiempo diseñando y analizando la eficiencia de la aplicación, para depurarla de posibles errores.
- Photo Shop: Es un programa para manipular las imágenes. Puede cambiar las características de la foto (tamaño, color, etc.), aplicarle filtros, retocar la imagen, limpiar la foto, cambiar tonalidades y saturación de los colores, y tomar varias imágenes para hacer composiciones.
- After Effects: Es un programa de animación en 2D, que trabaja en una amplia gama de formatos, especialmente con imágenes de Photo Shop.
- Adobe Premier: Es un software de edición de vídeo, que permite tomar todos los materiales brutos y sacar una secuencia concisa que ilustre lo dicho en la aplicación.

2.- Hardware:

- CPU.

Ahora bien, una vez editado el CD-ROM, se requiere de los siguientes elementos para hacer correr la aplicación:

- PC Multimedia con procesador Pentium.
- 8 memoria RAM.
- Lector de CD- ROM 4X.
- Tarjeta de vídeo que permita desplegar 65 mil colores.
- Tarjeta de sonido.
- Alto parlantes.
- Quick Time.
- Monitor SVGA a color.
- Ambiente Windows 95 ó 98.

IV.- CONCLUSIONES:

La aplicación multimedia es una de las tantas herramientas que ha incentivado el cambio comunicacional que se está produciendo en el mundo moderno, en primer lugar, porque es un producto técnicamente avanzado y, en segundo lugar, porque rompe con el esquema unidireccional en el envío de mensajes, ofreciendo al receptor la posibilidad de interactuar.

Al permitir la mezcla de cuatro formatos (imágenes, sonido, texto y vídeo), todo gracias a la digitalización, la presentación del mensaje se hace más efectiva porque se unen en un solo producto comunicacional las ventajas que poseen los demás medios por separado.

En este nuevo modelo de comunicación, los receptores son individuos activos dentro del proceso, en otras palabras, pueden participar y generar una serie de estímulos que provocan respuestas dirigidas a explorar y difundir la información.

El público que asiste a un museo se encuentra con algunas restricciones que son necesarias para preservar el lugar y los materiales exhibidos; esto crea una especie de barrera entre los visitantes y la institución museística, la cual se atenúa al darles la posibilidad de interactuar con una aplicación multimedia,

que permita la comprensión de la obra de arte y de la labor lleva a cabo dicha institución.

Los multimedia originan con su distribución un programa de extensión cultural fuera de la sede de los museos, que contribuye a la difusión de su patrimonio tanto en el ámbito nacional como internacional.

El CD-ROM es una herramienta tecnológica que amplía las posibilidades de acceso, reproducción, distribución y difusión del mensaje que se presenta. Sin embargo, el alcance de sus objetivos depende de los factores que condicionan su promoción.

con la misión que tiene la Fundación Museo Armando Reverón de situar al máximo representante de las artes plásticas venezolanas del siglo XX en el lugar de honor que se merece dentro de la historia del arte universal.

V.- RECOMENDACIONES:

Al ejecutar el diseño de un proyecto multimedia interactivo nos encontramos con varios aspectos que consideramos relevantes para la realización de trabajos similares, aspectos estos que, si se llegaran a tomar en cuenta desde un principio, ahorrarían esfuerzos en término de trabajo y también de tiempo. A continuación presentamos una lista detallada:

- Al concebir la elaboración de una aplicación multimedia lo primero que se debe tener claro es hacia quién va dirigida la información. Esto determina, por una parte, la modalidad que se adoptará y, por otra, el tipo de información que será presentada. Para el investigador es necesario conocer las características de los receptores para saber el grado de profundidad que deben tener sus aportes y la forma en la que deben ser presentados, de manera que el mensaje se adapte a todos los usuarios y el proceso comunicacional se lleve a cabo eficazmente.
- Sólo hasta que esté identificado el público que tendrá acceso a la aplicación podrá iniciarse el diseño de la misma. En este sentido recomendamos la realización de un esquema detallado de todas las pantallas que contendrá el multimedia, a fin de facilitar la selección y ubicación de las informaciones y, por ende, hallar rápidamente los vacíos que se tengan.

- Igualmente, se advierte que, al momento de escoger el programa de diseño, deben tomarse en cuenta los conocimientos que se tengan sobre el mismo. Por este motivo, recomendamos ampliamente el programa Author Ware, ya que no requiere del uso de un lenguaje de programación, como en el caso del Director (que es uno de los que normalmente se utiliza) sino que trabaja con iconos, facilitando así, el proceso de diagramación de la aplicación.
- Al momento de concebir la interface, se debe tener en cuenta que esta herramienta tecnológica estará también a la disposición de personas no iniciadas dentro del mundo de la computación. Por este motivo, el diseño debe ser sencillo para que pueda ser comprendido fácilmente y no despierte ningún tipo de temor al ser manipulado por los usuarios. El éxito de estas aplicaciones, al igual que en los demás medios de comunicación, depende en gran medida de la atención que preste el receptor.
- En cuanto al diseño de las pantallas se recomienda mantener uniformidad en el estilo para conservar el concepto a lo largo de toda la aplicación. Esto revela que fue concebido bajo una idea clara de lo que se quería transmitir.
- Asimismo, se debe tener cuidado en el empleo de los recursos ofrecidos en cada pantalla. Los elementos de la composición deben estar claramente justificados para que el mensaje produzca el efecto deseado.
- Los botones utilizados deben ser comprendidos automáticamente por el usuario, se recomienda que sean sencillos para que puedan ser asociados con la acción a desarrollar.

- El tipo de letras utilizado también debe ser constante a través de las pantallas. Se recomienda no excederse en la variación de los tamaños y tipos de fuente.
- Finalmente, la última recomendación de quienes realizan el presente Trabajo Especial de Grado, es que se disponga del tiempo necesario para la prueba de la aplicación. Esta prueba debe llevarse a cabo en diferentes computadoras a fin de tener la seguridad de que no se tendrá problemas a la hora de correr el programa.

VI.- BIBLIOGRAFÍA

ADELE DROBLAS, Seth: Manual de Photoshop, 1era Edición, editorial McGraw- hill, España, 1994, Pp. 528.

BOU BOUZÁ, Guillen: El Guión del Multimedia. Editorial Anaya Multimedia- Universitat Autónoma de Barcelona, España, 1997, Pp. 520.

CODINA, Luis: "Información Electrónic: Siete Bases", Nº 23, 1989, Pp.45.

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA (CONAC): Normativas Técnicas para Museos. Editorial CONAC, Venezuela, 1991, Pp. 94.

CURKIERMAN, Uriel y SALISCHIKER, David: "Qué ha pasado en el MM desde 1992 cuando explotó por primera vez en Comdex", en Multimedia, Nº 5, diciembre- enero 1995, P.6.

D' AMELIO LAMORTE, Enza: Multimedia. La Revolución de los 90.(TESIS UCAB), 1991, Pp.80.

FERNÁNDEZ, Luis Alfonso: Museología: Introducción a la Teoría del Museo, 1ra Edición, Ediciones Istmo S.A, 1998, Pp.428.

FERNÁNDEZ, Luis Alfonso: Museología: Introducción a la Teoría del Museo, 1ra Edición, España, Ediciones Istmo S.A., 1998, Pp.378.

FUNDACIÓN MUSEO ARMANDO REVERÓN (FMAR): Programa de Educación u Proyección en la Comunidad del Estado Vargas, Venezuela, 1999, Pág. 1.

GIL, Rosamelia: "Hipertexto, hipermedio, multimedia. Apuntes de una realidad trecnológica", en Comunicación, segundo trimestre, Centro Gumilla, Caracas, 1995, Pp. 6 y 7.

GONCALVEZ, Andreína y Otros: Desarrollo de una Aplicación Multimedia sobre el Perfil Corporativo de PDVSA. (TESIS UCAB), 1997, Pp. 99.

HASKIN, David: Multimedia fácil. Editorial Anaya - Multimedia, España, 1995, Pp 124.

HERNÁNDEZ, Sampieri: Metodología de la investigación, Primera edición, editorial McGraw-Hill, España, 1991, Pp.501.

HERRERA, José Ignacio. "La visita guiada: una propuesta de educación a través del arte". MUSEO DE BELLAS ARTES DE CARACAS: Temas de Museología. Serie de reflexiones en el Museo (MBA), Venezuela,1997, P.130.

HUIZI, María Elena. "La Fundación Museo Armando Reverón: un museo monográfico" (FMAR), Venezuela, 1997, P. 1.

HUIZI, María Elena: "Museo Armando Reverón. Un Museo que tuvo Público Antes de ser Museo". MUSEOS AHORA: Museos y Público, No 3, Venezuela, 1995, P. 108.

La Imagen Fotográfica en la Cultura Digital. Selección, introducción e índices de Martín Lister., editorial Paidos, España, 1995, Pp.198.

LEÓN, Aurora: El Museo. Teoría, Praxis y Utopía. Ediciones Cuadernos de Arte Cátedra S.A., España, 1990, Pp. 361.

LÓPEZ, Ana Gabriela y Otros: Cuentos y Recuentos de Hombres que hicieron Historia en la Radio. (TESIS UCAB), 1997, Pp. 78.

MARTÍN, Nacho: Guías Visuales Multimedia. Editorial Anaya - Multimedia, España, 1998, Pp. 192.

MEROLA, Giovanna: El Mundo Vegetal de El Castillete (FMAR), Venezuela, 1995, Pp. 24.

NOVEL, Jean Paul: Guía de Producción Multimedia – Atlas Práctico de Venezuela. (TESIS UCAB), 1998, Pp. 120.

PERUGA, Iris y RAMOS, María Elena: titulado "El sentido de los museos". MUSEO DE BELLAS ARTES DE CARACAS: Temas de Museología. Serie de reflexiones en el Museo (MBA), Venezuela, 1997, P.130.

PLACER, David: "Multimedia (interfaces) una experiencia comunicacional en la USB", en El Nacional, 23 de junio de 1998.

RAMOS, María Elena. "La Educación en un museo de arte universal: experimento para la formación interdisciplinaria". MUSEO DE BELLAS ARTES DE CARACAS: Temas de Museología. Serie de reflexiones en el Museo, Venezuela,1997, P.130.

ROSCIL, Winn L: Todo sobre Multimedia., editorial Anaya, España, 1995. Pp.196.

VAUGHMAN, Tay: El Poder del Multimedia. Segunda edición, editorial McGraW – Hill. México,1994, Pp.

WWW.babel@gti.upm.es

WWW.phoenix@gti.upm.es

VII.- ANEXOS

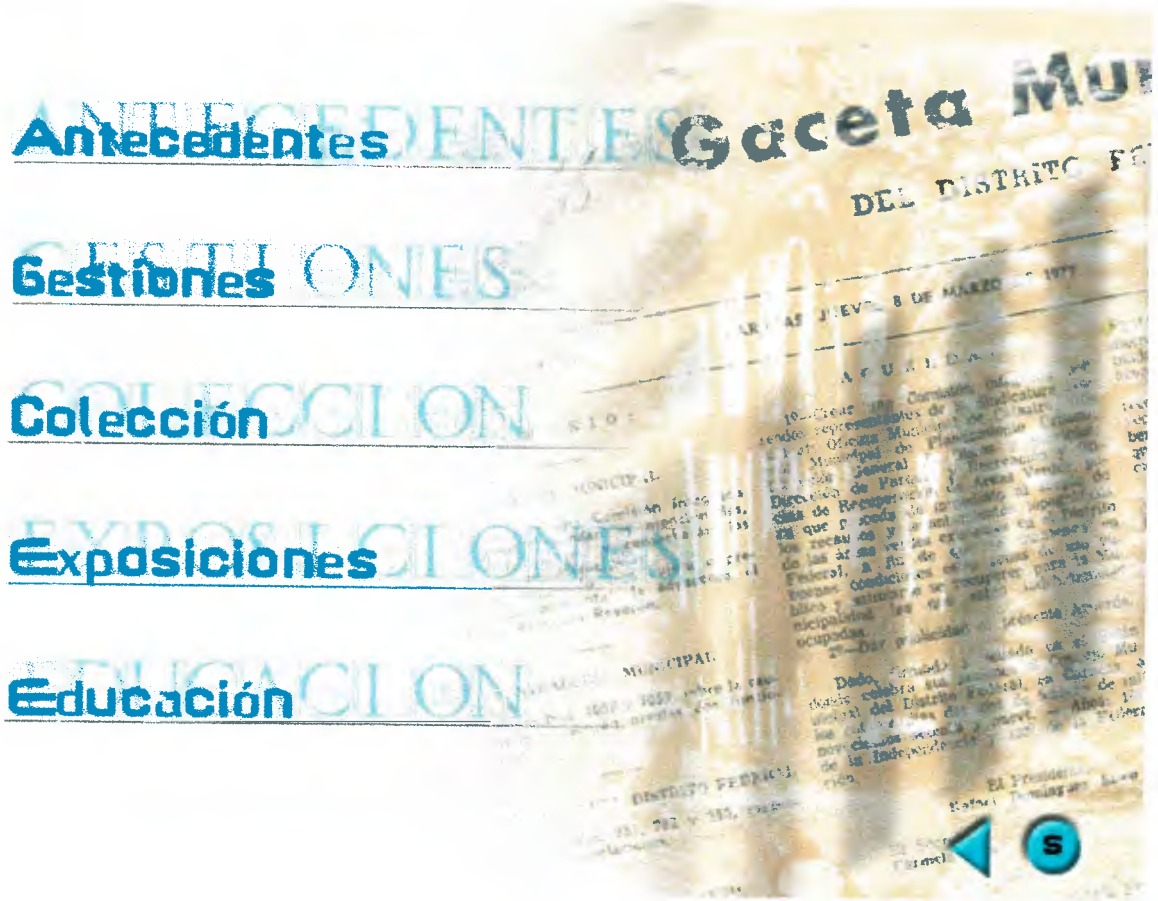
PANTALLAS DE PRESENTACIÓN DE LA APLICACIÓN MULTIMEDIA:

1. Principal.
2. Vida y obra del artista.
3. Fundación Museo Armando Reverón.
4. Galería.
5. Hombre – Pintor.
6. Pintor – Época.
7. Obras.
8. El Mundo Reveroniano.
9. Antecedentes.
10. Gestiones.
11. Colección Permanente de Pinturas
12. Exposiciones.
13. Educación.

PRINCIPAL

VIDA Y OBRA DEL ARTISTA

FUNDACION MUSEO ARMANDO REVERON



GALERIA

HOMBRE-PINTOR

PINTOR- EPOCA

OBRAS

EL MUNDO REVERONIANO

ANTECEDENTES

GESTIONES

COLECCION PERMANENTE DE PINTURAS

EXPOSICIONES

EDUCACION