

## MUSEOS P2P

### Resumen:

Asociadas a formas de ocio y conocidas en el marco de la controversia acerca de su legalidad, las redes P2P son actualmente una de las principales formas de uso de la banda ancha. Pero más allá del debate en torno a su utilización, estas redes suponen una gran oportunidad para las instituciones culturales de prestar un verdadero servicio público dentro de la Sociedad de la Información.

En el marco de este artículo se tratará esas formas de uso que los centros culturales pueden hacer de las redes P2P, centrándose en concreto en su utilización por parte de los museos y centros de arte. Este ámbito aún se encuentra al margen de aquello que las redes P2P pueden ofrecer, pero en el caso de instituciones culturales públicas, que entre sus fines tienen la difusión del conocimiento, la reflexión acerca de las posibilidades con las que se cuenta en el marco del nuevo marco social en el que nos encontramos, se hace imprescindible como medida de avance y mejora.

Pero más allá del uso de una determinada tecnología se planteará la filosofía P2P como un cambio de concepción global. Los museos y centros de arte no deben solamente utilizar unos medios tecnológicos, sino hacer suyos unos principios de sociabilización y participación que les permitirá acercarse a lo que las nuevas generaciones de público comienzan a demandar.

El fin de este texto será plantear la reflexión en torno a un modelo de museo del futuro, abierto y social, en el que los diferentes entes que intervienen participen de forma igualitaria en la construcción y difusión del conocimiento.

### Índice:

- Introducción.....	2
- Nuevas tecnologías sociales: Web 2.0 y P2P.....	3
- Un nuevo museo para una nueva sociedad: museos en la era de la información.....	7
- Las redes P2P y la conformación del Museo Abierto.....	13
- Dificultades para crear museos P2P.....	16
- Conclusión.....	18
- Bibliografía:.....	19

## MUSEOS P2P

*Los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura, a la que todos tienen derecho.*

Artículo 44. Constitución Española

### Introducción

Hoy por hoy no queda ninguna duda acerca de cómo las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TICs) han cambiado nuestro mundo, han modificado la percepción global del entorno y nos han acercado a nuevas posibilidades, muchas de ellas aún por descubrir. Todos los aspectos de nuestra sociedad actual están marcados por la importancia de los nuevos medios, que abarcan casi todos ámbitos de nuestra formación, trabajo u ocio.

La influencia de las TICs también es evidente en el ámbito de la Cultura, hasta tal punto que parece no quedar centro o institución alguna que no haya incluido entre sus opciones aquellas que las nuevas tecnologías aportan. Igualmente, el campo de la museología no se ha quedado al margen de las posibilidades que las TICs ofrecen y pronto ha encontrado en las nuevas tecnologías elementos eficaces para la gestión de su trabajo, la difusión de sus actividades o la exposición de sus fondos.

Pero asumir las transformaciones del “Nuevo Entorno Tecnosocial” en el que nos encontramos<sup>1</sup> va más allá del uso de una determinada tecnología y supone un cambio global de concepción y mentalidad. La sociedad está evolucionando a un ritmo vertiginoso y exige a sus centros culturales que se

<sup>1</sup> SÁEZ VACAS; F. *“Más allá de Internet. La Red Universal Digital”*. Ed. Ramón Areces, Madrid, 2004.



adapten y progresen a velocidad similar. Por ello, las instituciones no pueden anclarse a los patrones del pasado y sólo hacer uso de la tecnología como un medio, pues las TICs, más allá de las facilidades que nos aportan, han dado lugar a un nuevo modelo de vida.

En el marco de este artículo se tratará esas formas de uso que los centros culturales pueden hacer de las redes P2P, centrándose en concreto en su utilización por parte de los museos y centros de arte. Pero más allá de la utilización de la tecnología se planteará el pensamiento P2P como un nuevo medio para una nueva sociedad.

El fin de este texto será abordar un modelo de museo del futuro, en el que los diferentes entes que intervienen participen de forma igualitaria en la construcción y difusión del conocimiento. Para ello se comenzará analizando el fenómeno P2P y la importancia de la Web Social en la creación de material libre que puede servir como base a la distribución legal de archivos a través de las redes P2P. A continuación se planteará el modelo de Museo Abierto como consecuencia de una evolución social del concepto de museo, para acabar relacionando ambas realidades y mostrar la filosofía P2P como el elemento vertebrador de un museo social adaptado a los requerimientos de las nuevas generaciones de público. Se concluirá con un análisis de los temores existentes para la aplicación de este modelo de museo por parte de las generaciones que han tenido una relación diferente con la tecnología y con la difusión de la información.

### **Nuevas tecnologías sociales: Web 2.0 y P2P.**

Actualmente, recién iniciado el siglo XXI, se está viviendo lo que se conoce como Tercera Revolución Industrial<sup>2</sup>, aquella que se produce como resultado de las nuevas tecnologías y de Internet y que implican un cambio de concepción global. La comunicación, a todos los niveles, se va a convertir en el elemento protagonista de esta etapa de rápidas transformaciones en la que los intercambios de información o la creación de comunidades son algunas de sus principales características.

---

<sup>2</sup> AYRES; R. *La próxima Revolución Industrial*. Ediciones Gernika, 1984.



El papel que ha jugado Internet en este proceso de cambio ha sido totalmente definitorio, sobre todo desde la extensión de lo que se conoce como Web 2.0 o Web Social.

El vocablo Web 2.0, que se ha popularizado con gran rapidez en los últimos tiempos, hace referencia a *la transición percibida en Internet desde las Webs tradicionales a aplicaciones Web destinadas a usuarios*<sup>3</sup>. La Web 2.0 supone un progreso en los sistemas de comunicación y destaca porque su principal característica no es un cambio sustancial en la tecnología a aplicar, sino en el concepto y en la forma de uso. En este momento entran en juego nuevas opciones enfocadas a la relación con el destinatario final de la información, que a partir de ahora va a dejar de ser un mero espectador para convertirse en protagonista de los procesos comunicativos. Su empleo supone hacer de la red *un espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte y formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento*<sup>4</sup>

Aunque la mayor parte de las aplicaciones de la Web 2.0 se basan en la estructura tradicional cliente/servidor, las redes sociales han abierto el camino a la participación activa de los usuarios y es una vía para hacer de las redes P2P un campo de gran importancia para los centros culturales.

¿Pero qué se debe entender cuando se habla de redes P2P?

Actualmente se encuentran asociadas a formas de ocio y demonizado su uso por las diferentes sociedades de autores, pero más allá de la controversia acerca de su legalidad es innegable que las redes P2P son hoy por hoy una de las principales formas de utilización de la banda ancha y uno de los recursos a los que más están acostumbrados los internautas.

Tecnológicamente los programas P2P suponen la posibilidad del intercambio de archivos entre iguales ("peer-to-peer") en una red en la que no hay clientes ni servidores establecidos, sino que se valen de una serie de nodos que actúan igualmente como clientes o como servidores de los otros nodos

---

<sup>3</sup> Wikipedia. [http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_2](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2)

<sup>4</sup> FUMERO; ANTONIO y ROCA; GENÍS: *Web 2.0*. Fundación Orange España. 2007. p. 10.



que componen la red<sup>5</sup>. Esto permite poder compartir una gran cantidad de archivos y recursos.

El intercambio y la descarga de material protegido por derechos de autor ha generado un intenso debate acerca de la legalidad y conveniencia de este tipo de programas. Pero hay que tener en cuenta que una cosa es la tecnología en sí a aplicar y otra muy diferente el uso que se le dé. En el presente texto no se entrará en la polémica legal, haciendo referencia únicamente a intercambio de archivos libres o que forman parte del dominio público. Y es que ahí está la clave del uso de este sistema en el entorno cultural, pues la generación tan importante de contenidos por parte de los usuarios que está teniendo lugar como consecuencia de la Web 2.0, puede ser uno de los principales aliados de las redes P2P.

Se crea así un fenómeno natural de cooperación para el bien común, en el que cada vez aumenta más el número de personas que no sólo consumen cultura, sino que producen cultura y que quieren involucrarse en la creación de la misma. Más que una obligación, es el trabajo como *hobby*.

P2P implica una forma de organización social cooperativa basada en esa participación y el libre intercambio de material, de manera gratuita y sin buscar exclusivamente fines lucrativos. Es el resultado de un nuevo tipo de sistema social en el que la tecnología es el medio que ampara una forma diferente de entender un mundo que hunde sus bases en la cultura libre y abierta. La producción, la distribución y la consumición de cultura se aleja del mercantilismo y la obtención de beneficios económicos deja de ser la meta principal en pos de otros intereses y valores sociales como el reconocimiento del trabajo, el estatus en la comunidad, o la reputación.

Internet y las nuevas tecnologías se han convertido así en uno de los principales elementos de transformación de la sociedad. En apenas una generación el impacto de la tecnología ha sido tal que ha cambiado por completo nuestra realidad, creando un nuevo entorno social informatizado y globalizado en el que los servicios adquieren mayor peso frente a la

---

<sup>5</sup> MILLÁN TEJEDOR; RJ.: *Las redes P2P*. Creaciones Copyright. 2006



industria; es lo que se conoce como Sociedad Post-industrial<sup>6</sup> o Sociedad de la Información. Los tres pilares de este modelo social (economía, política y cultura) tienen en común entre ellos el haber usado las nuevas tecnologías como la base de su desarrollo y transformación.

En el terreno cultural los cambios han sido aceptados y potenciados por los grupos más cercanos a la postmodernidad, pero no a todos los sectores les ha resultado fácil sumarse al empuje imparable de las TICs y entrar plenamente en la Sociedad de la Información. La cibercultura implica una nueva concepción del mundo que trae consigo cambios en los referentes espacio-temporales y en las formas de relación. No es solamente hacer uso de unos determinados medios, sino aceptar las transformaciones conceptuales que esos nuevos medios implican. Y este último paso todavía no ha sido plenamente asumido por nuestros centros culturales a pesar de que para estos centros las redes P2P pueden llegar a suponer una gran oportunidad de prestar un verdadero servicio público dentro de la Sociedad de la Información.

Formar parte de este sistema social es el verdadero desafío al que deben hacer frente las instituciones culturales para adaptarse a lo que su público va a ir demandando cada vez más.

En el presente texto se hablará del papel que deberían jugar los museos en este entorno tecnificado, aunque gran parte de lo que se expondrá es extensible a cualquier tipo de institución cultural que cumpla una función pública, como archivos, bibliotecas, fundaciones, etc.

---

<sup>6</sup> BELL, D.: *El Advenimiento de la sociedad post-industrial: un intento de prognosis social*. Alianza Editorial. 1996.



## Un nuevo museo para una nueva sociedad: museos en la era de la información

En la definición que da el Consejo Internacional de Museos (ICOM) sobre lo que son este tipo de centros se puede leer que *un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, y abierta al público, que se ocupa de la adquisición, conservación, investigación, transmisión de información y exposición de testimonios materiales de los individuos y su medio ambiente, con fines de estudio, educación y recreación.*<sup>7</sup>

Actualmente está ampliamente asumido que el museo debe cumplir una función para la sociedad, y entre sus fines se encuentran potenciar el conocimiento, realizar una labor de difusión activa y facilitar a su público la accesibilidad a sus colecciones. Por ello, los museos están luchando concienzudamente por desterrar del imaginario colectivo la antigua idea de una institución elitista, cerrada y aburrida, al tiempo que avanzan para convertirse cada vez más en centros didácticos, sociales y participativos.

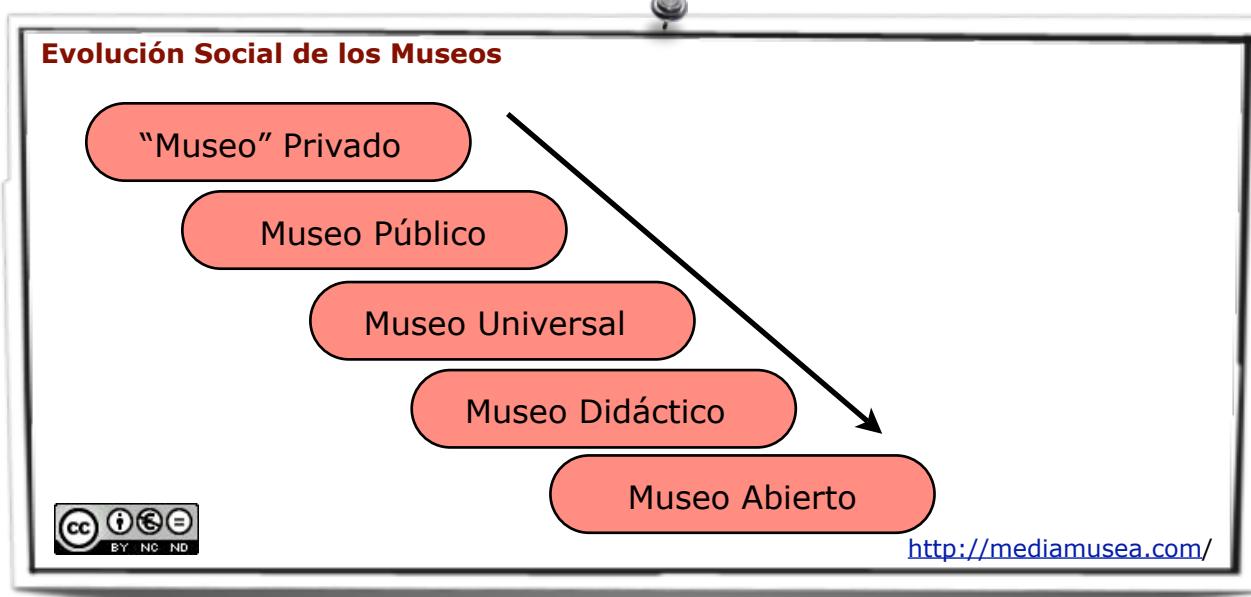
De hecho, la historia de los museos se puede entender como una historia social, pues desde el coleccionismo privado hasta el origen de los primeros museos públicos se ha recorrido un largo camino en el que poco a poco los museos se han ido haciendo cada vez más cercanos y se han aproximado a todos los sectores de la sociedad. En un primer momento el coleccionismo de obras de arte quedaba limitado al **“museo” privado**, los bienes culturales se encontraban custodiados en manos de particulares y atesorados en conventos y palacios al margen de la sociedad. El siglo XVIII trae consigo el origen del **museo público**, aunque aún en este momento no era un centro abierto a todos y su uso se limitaba a la instrucción de estudiosos y eruditos. A lo largo del siglo XIX y comienzos del XX se va avanzando hasta llegar a un **museo universal**, accesible físicamente a todo el público aunque carente de unos referentes que lo hicieran también accesible intelectualmente a los diferentes sectores culturales. El movimiento de la Nueva Museología, en la segunda mitad del siglo XX, dio lugar a que surgiera el **museo didáctico**, donde las colecciones comienzan

---

<sup>7</sup> Estatutos del ICOM, artículo 2, párrafo 1.

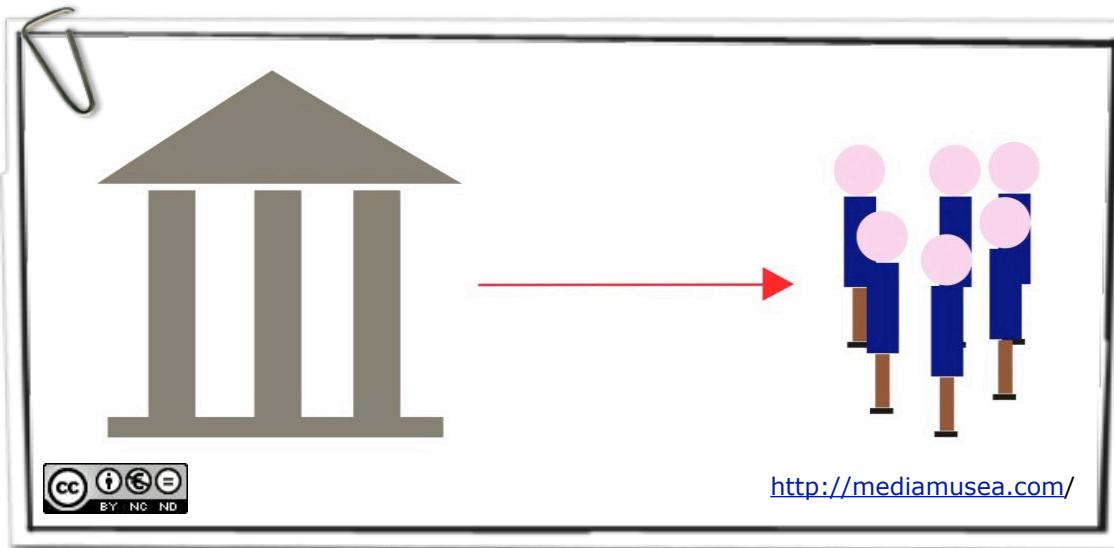


a ser algo más que una mera reunión de objetos y a organizarse en torno a un discurso museológico, con cartelas e información en la sala, guías y mediadores didácticos, etc... El museo se hace así plenamente accesible. Este último modelo es el que se ha mantenido vigente hasta hoy, pero las nuevas tecnologías han dado lugar a que se comience a entrar en una nueva etapa: el **museo abierto**, o el museo más allá del espacio físico del museo.



En estos momentos las instituciones culturales tienen la oportunidad de hacer uso de la tecnología para dar un paso más y salir de los muros de un edificio, ofrecer nuevos servicios y llegar más fácilmente a más tipos de público. En definitiva, conectar con la sociedad.

Internet es un medio abierto, económico y altamente eficaz para la difusión del conocimiento. Para las instituciones culturales supone una oportunidad como nunca antes se había dado de establecer un diálogo constante con su público. El potencial que ofrece las tecnologías de la información para los museos es inagotable y supone una nueva vía de trabajo muy fecunda y con exitosos resultados, sobre todo en el área de difusión. Pero si bien es cierto que normalmente los museos en sus políticas de educación y difusión incluyen la interacción con el visitante, igualmente lo es que este tipo de interacción tiende a ser unidireccional.

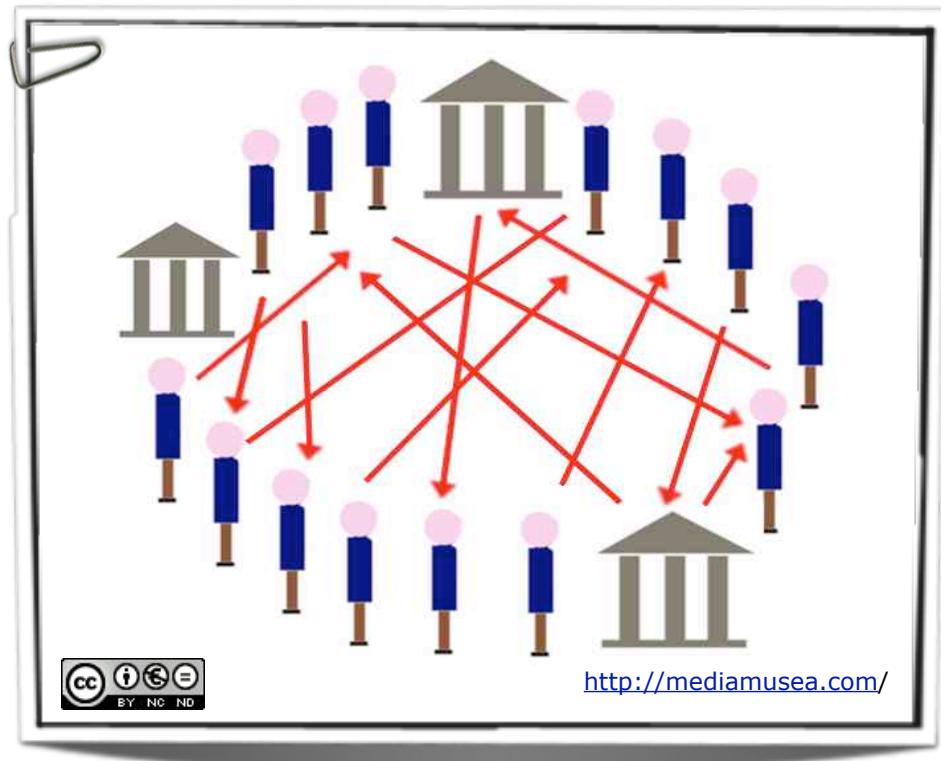


Los museos tradicionales, o de la sociedad industrial, se han caracterizado por establecer un monólogo con su público. El visitante actúa solamente como receptor pasivo de una serie de acciones y contenidos creados ex profeso por el museo, con pocas posibilidades de interactuar con el emisor y siempre de manera parcial y controlada. Este tipo de museos tiende además a la localidad física y circunscribir su acción al ámbito del museo. Se podría decir, tergiversando la famosa frase de la Ilustración, que se hace todo para el visitante, pero sin el visitante.

Pero para el museo, conceptos como *fomentar la conversación, la hipertextualidad, el intercambio de opiniones y enlaces, la comunicación participativa, la sindicación de contenidos, deberían ser claves en el desarrollo de sus estrategias de comunicación cultural*<sup>8</sup>. Y así, frente al modelo ampliamente extendido de museo tradicional, surge un nuevo concepto de museo abierto.

---

<sup>8</sup> CELAYA, J., VIÑARÁS, M. Op.cit. p. 12.



El museo abierto de la era post-industrial cambia por completo la idea del museo tradicional y se centra en establecer un diálogo de igual a igual con su público. Es un centro que genera y distribuye contenido e información ofreciendo variados canales para la interacción museo-usuario/usuario-museo y aceptando la participación y la colaboración de sus visitantes en la construcción del conocimiento.

Museos Tradicionales	Museos Abiertos
Monólogo	Diálogo
Tiende a la localidad física	Aspira además a la globalidad virtual
Suele presentar una única vía para acceder al conocimiento	Presenta variados canales de información
El museo es el único generador de contenidos	El visitante puede opinar y generar contenido
El visitante suele ser un receptor pasivo	El visitante es una pieza activa de la comunicación



Suele circunscribirse al ámbito del museo, con escasa presencia Web	Amplia difusión, actividades y posibilidades Web
Interactividad con el visitante parcial y controlada	Interactividad con el visitante total y abierta
Ofrece escasos canales de expresión para el público	Permite nuevas vías de comunicación
Se acerca al visitante sólo de actividad en actividad, dificultando la fidelización	Da continuidad a su labor didáctica y comunicativa, favoreciendo la fidelización
Mide la aceptación de sus actividades mediante encuestas presenciales e in situ.	Mide la aceptación de sus actos mediante reflexiones abiertas, anónimas y meditadas.
Evalúa su éxito en función de valores objetivos (número de visitantes y de actos/actividades)	Mide su éxito añadiendo además componentes subjetivos (opiniones libres y abiertas)

En *Museums in Transition: Emerging Technologies and tool for free-choice learning*<sup>9</sup>, publicado por el Museo de la Ciencia de Virginia (EEUU), se recomienda a los museos aceptar nuevos desafíos para permitir que los visitantes puedan personalizar sus visitas y adecuarlas a sus intereses, forjar nuevas relaciones entre el museo y su público, entender cómo los visitantes hacen uso del museo, etc.

En el mismo sentido incide CARRERAS MONFORT (2005) al decir que *con las nuevas tecnologías el protagonista es, aún más, el visitante, que participa más interactivamente con el medio público para hacer la visita a su gusto*<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Science Museum of Virginia. *Mueums in Transition: Emerging Technologies and tool for free-choice learning*. Giroscope Inc. Noviembre de 2006.

<sup>10</sup> CARRERAS MONFORT; CÉSAR. *Tecnofilia vs tecnofobia. ¿Una discusión superada?* Revista Zona Pública nº 1. Asociación de Museólogos de Cataluña. Julio de 2005.



El museo abierto implica asumir como propios todos esos valores, que son los característicos de la post-modernidad. Pero el campo de los museos es uno de los sectores donde más lentamente están penetrando las nuevas posibilidades, que se están empezando a entrever con más fuerza en la escena anglosajona, pero que en nuestro país no pasan de ser emergentes y tímidas tentativas que aún no se han difundido de manera mayoritaria a pesar de sus múltiples ventajas. Actualmente los museos españoles siguen adoleciendo de una cierta dificultad para asimilar y utilizar no sólo nuevos elementos tecnológicos, sino también nuevas funciones que penetran a un ritmo más lento que el de la evolución de la sociedad.

A los museos les queda aún bastante camino por recorrer hasta conseguir no sólo valerse de los nuevos medios, sino también para hacer suyas las innovaciones que trae consigo el actual modelo de desarrollo e integrar con ello a los Nativos Digitales<sup>11</sup>, es decir, a la generación de jóvenes que han nacido y se han desarrollado en un mundo ya tecnificado y han asumido como propios los recursos digitales de manera natural. Los Nativos Digitales socializan a través de la red, viven pegados a su móvil y usan los videojuegos como una de sus principales formas de entretenimiento, pero además es la generación que ha hecho suyos los principios de la filosofía P2P.

Las diferencias entre nativos, inmigrantes digitales<sup>12</sup> o analfabetos digitales<sup>13</sup> van más allá del uso, o no, de una determinada tecnología, e implica cambios importantes en la forma de ver el mundo y de relacionarse con el entorno.

Hay que tener en cuenta que las generaciones anteriores han tenido una relación con la tecnología fundamentalmente pasiva. Se escuchaba la radio, se veía la tele o se acudía al cine, pero siempre desde la perspectiva del

---

<sup>11</sup> PRENSKY; M. *Digital Natives, Digital Immigrants*. On the Horizon, NCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001.

<sup>12</sup> Por inmigrante digital se entiende aquella persona que ha tenido que adaptarse a las exigencias de las nuevas tecnologías, pero que no ha nacido y crecido con ellas. PRENSKY. Op.Cit.

<sup>13</sup> Por analfabeto digital se entiende aquella persona carente de la instrucción básica para desenvolverse en un entorno de comunicación digital.



espectador que recibía la información de manera unidireccional. Se consumía tecnología, pero no se involucraban con ella. Los nativos digitales, por su parte, son prosumidores<sup>14</sup>, no sólo consumen, sino que optan por crear, por involucrarse y por difundir públicamente sus ideas y trabajos.

Éste es el nuevo sector de población que está empezando a llegar a los museos, sector que encuentran dificultades para encontrar atractivas a las instituciones culturales que se rigen bajo los patrones tradicionales. Que el museo no evolucione al mismo ritmo que la sociedad puede significar la pérdida de toda una generación<sup>15</sup>.

## **Las redes P2P y la conformación del Museo Abierto**

En el Código Deontológico de Museos se puede leer que *los museos tienen contraídas obligaciones especiales para con la sociedad por lo que respecta a la protección, accesibilidad e interpretación de los testimonios esenciales que han acopiado y conservado en sus colecciones*<sup>16</sup>, y cuentan con *la obligación específica de facilitar en la medida de lo posible el libre acceso a la colección y la información pertinente relacionada con éstas*<sup>17</sup>. Además queda reflejado que *los museos poseen recursos que ofrecen posibilidades para otros servicios y beneficios públicos. Los museos recurren a una amplia gama de especialidades, competencias y recursos materiales cuyo alcance supera el ámbito estrictamente museístico. Esto puede conducir a un aprovechamiento compartido de recursos o a la prestación de servicios, ampliando así el campo de actividades de los museos*<sup>18</sup>.

Accesibilidad, libre acceso a la información o aprovechamiento compartido de los recursos son algunas de las características que definen de base a la

---

<sup>14</sup> Palabra compuesta que surge de la unión de consumidor y productor, y que proviene del inglés “prosumer”.

<sup>15</sup> GÓMEZ VILCHEZ; S. *Museos para la Generación E*. <http://mediamusea.com/2007/11/28/museos-para-la-generacion-e>

<sup>16</sup> Código Deontológico de Museos. Principio nº 3.

<sup>17</sup> Código Deontológico de Museos. Art. 3.2.

<sup>18</sup> Código Deontológico de Museos. Principio nº 5.



filosofía P2P, y que más allá del Código Deontológico deberían definir igualmente la práctica de los museos.

Hay que tener en cuenta que los museos de titularidad pública deben realizar una labor social y revertir los fondos públicos que se dedican a su mantenimiento en el conjunto de la sociedad a través de opciones abiertas. No en vano, en el preámbulo de la Ley 16/1985 de 25 de Junio de Patrimonio Histórico Español se entiende el patrimonio cultural como una riqueza colectiva, citando como objetivo último de la Ley el acceso a los bienes del patrimonio histórico español, que deben estar puestos al servicio de la colectividad.

De tal manera, generación y distribución de contenidos, el acceso rápido y eficaz a documentos y archivos multimedia, colaboración y creación compartida, participación, aprendizaje informal o comunidad cultural, son algunas de las premisas que se han de conjugar en las instituciones culturales. Así, en favor de una verdadera cultura pública, los museos deberían permitir el uso de su material, la creación de obras y recursos relacionados y la difusión libre de los mismos. En definitiva, crear nuevas sinergias participativas.

Y así lo están empezando a entender muchos museos, que empiezan a generar contenido específico para su distribución en Internet bajo licencias copyleft y a colocar en sus portales web recursos descargables para los usuarios. Comienzan a interactuar con su público a través de las herramientas de la web social (blog, chat, newsletter...) y a permitirles que colaboren en la creación de contenidos para el museo. Se pueden así observar que algunas de las características propias del pensamiento P2P están empezando a ser asumidas por las instituciones. En lugar de prohibir la creación y la distribución de contenido se debería potenciar estas opciones, siendo el museo o la entidad pública la primera que debería ejemplificar su aplicación.

Pero a esta labor, que individualmente se está realizando desde diferentes museos, le falta el sentido final de agrupación de recursos y la forma de distribución de contenidos propia de los programas P2P, lo que facilita su



difusión. Es decir, cambiar el modelo cliente/servidor por el modelo entre iguales.

La presencia de imágenes de bienes culturales, PDFs de información o recursos multimedia “perdidos” en la red y que precisan de una búsqueda individual a través de las diferentes páginas de las instituciones, dificulta que la información llegue fácilmente a los usuarios interesados. Y ésta es la vía por la que hay que trabajar desde los centros culturales para crear un modelo P2P que se caracteriza por:

-Generar contenidos.

-Archivos descargables: cuadernos didácticos, información sobre piezas, resultados de investigaciones... etc.

-Podcast de audio: entrevistas, conferencias,...

-Videologs de las actividades y actos del museo.

-Imágenes de las piezas del museo a alta resolución.

-Creaciones artísticas del público.

-Obras derivadas.

-Material generado por los visitantes del museo, incluyendo sus propias fotografías de la visita el museo.

-Compartir recursos.

-Compartir experiencias.

-Comunicar activamente.

Asumir la filosofía P2P conlleva una serie de beneficios para los centros culturales que se materializan en:

- Accesibilidad.
- Flexibilidad en la organización y distribución de contenidos.
- Mejora de la relación con el público.
- Economización y abaratamiento de costes frente a otros sistemas de distribución y publicación.



- Vías abiertas de conocimiento para profundizar en los elementos menos conocidos del museo o de su organización.
- Mayor difusión pública y acercamiento a nuevos sectores de la sociedad.
- Desarrollo de nuevas relaciones con el público.
- Retroalimentación con el usuario.
- Mejora de imagen pública.
- Facilita la labor de los profesionales de los museos al intercambiar recursos entre sí.

Todo lo mencionado conforma el conjunto de razones por las cuales los centros que trabajan por el bien social tienen que erradicar la idea de la información cerrada o el conocimiento atesorado por unos pocos, abriendose al camino para construir una verdadera cultura pública que cuente con la colaboración del público.

## Dificultades para crear museos P2P

Pensar en un museo o institución cultural que se rija por las premisas de la cultura P2P es aún hoy un cierto grado de utopía. No hay que olvidar que nuestros centros están pensados y gestionados fundamentalmente por analfabetos digitales o por inmigrantes digitales, con un concepto vital muy distinto al que tienen los actuales nativos.

Aún hoy acarreamos el lastre de una cultura académica decimonónica en la que el conocimiento era poder y como tal se preservaba. Aún es habitual encontrar en los museos vetos a la toma de imágenes de sus piezas. Aún son muchas las instituciones reticentes a una distribución abierta de material o recursos, pues acostumbrados a unos modelos de sociedad centralizados y jerárquicos cuesta dar la oportunidad a formas más abiertas y dinámicas. Es el temor a la perdida de control sobre la información o sobre la imagen, como si el uso particular de una determinada información o la posibilidad de que el público cree sus propios materiales fuese en detrimento de la idea de museo.



Este miedo es bastante habitual en el grupo de los inmigrantes digitales, un ejemplo de ello es el presentado por el Secretario y Consejero General del Instituto Internacional de Propiedad intelectual en un texto sobre el futuro de los museos en el que se puede leer preguntas como: *how will museums limit the risk of and unauthorized reproduction, alteration and distribution of their digital asset in ciberspace? o how should museums safeguard their symbol, goodwill and reputation against the actions of electronical pirates, all too eager to appropriate them for their own commercial gain?*<sup>19</sup>. Lo que se podría contestar con otras como:

- ¿Qué problema existe con que se reproduzcan sin ánimo de lucro bienes que forman parte de la herencia colectiva de los pueblos (dominio público)? (más allá de que pudiera reducir levemente las ventas de postales o merchandise de la tienda del museo).
- ¿La distribución de recursos digitales no entraría dentro del principio de comunicación intrínseco a la idea de museo y, por tanto, favorecería el cumplimiento de su misión y mandato y el conocimiento público de los bienes que atesora?
- La “alteración” de imágenes de piezas del museo, ¿no se puede entender como tributo, parodia o transformación creativa, como así lo han hecho grandes pintores (Duchamp con la Gioconda, Picasso con Las Meninas...) al reinterpretar bajo los cánones de su época importantes obras de maestros de la antigüedad?, ¿no está el usuario del museo capacitado para ejercer ese mismo derecho y crear obras derivadas y, por tanto, el museo no debería facilitárselo permitiendo el uso de las imágenes de sus piezas?

Pero al margen de este ejemplo que ilustra las incertidumbres ante el papel de los museos en el entorno digital, ¿cuáles son las razones que limitan el uso de la filosofía P2P en las instituciones culturales?

---

<sup>19</sup> SHAPIRO;M.: Introduction:Museums and the Digital Future. En: *Managing Museum Digital Assets: A Resource Guide for Museums*. International Intellectual Property Institute (IPI). 2001. [www.iipi.org/reports/Museums\\_Guide.pdf](http://www.iipi.org/reports/Museums_Guide.pdf).



Principalmente es el desconocimiento. En primer lugar desconocimiento de las opciones que se tienen y de las vías para llevar a cabo una reestructuración de los modelos del museo tradicional; y en segundo lugar desconocimiento en torno al modo en que se desarrollan estos nuevos medios, la forma en la que se establecen relaciones y usos de los materiales entre los usuarios, o si estos sistemas requerirían una gran dedicación por parte del, casi siempre escaso, personal del museo.

Experiencias P2P en diferentes ámbitos han demostrado como son modelos bastante estables que se autorregulan con relativa facilidad. Además de ello muchas instituciones culturales que ya han aplicado herramientas de la web social y han creado comunidades on-line, han visto como efectivamente no se precisa de una regulación intensa ni un control férreo para que haya un desarrollo útil, cordial y efectivo.

La neofobia, ante lo que puede significar el avance de las nuevas tecnologías, debería dar paso al conocimiento de estos medios y a la evaluación profunda de sus amplias posibilidades, así como a la forma de adaptarlas a los intereses de las diferentes instituciones.

## Conclusión

La asunción de la filosofía P2P en centros culturales debería verse como una oportunidad para cumplir la función social que estas instituciones tienen encomendada, para conectar más directamente con el público y en definitiva, para hacer la cultura accesible a todos.



## Bibliografía:

- AYRES; R. La próxima Revolución Industrial. Ediciones Gernika, 1984.
- BELL, D.: El Advenimiento de la sociedad post-industrial: un intento de prognosis social. Alianza Editorial. 1996.
- BORGES BARBOSA; D.: Dominio Público e Patrimonio Cultura. Gestión cultural nº 15. Derechos de autor y acceso a la cultura. Nov-2006.
- CELAYA, J., VIÑARÁS, M.: Las nuevas tecnologías 2.0 en la promoción de museos y centros de arte. Revistas Dosdoce. 20 de Septiembre de 2006.
- CEREZO; J.M. (dir.): La blogosfera hispana. Pioneros de la Cultura digital. Fundación France Telecom España.
- CARRERAS MONFORT; CÉSAR. Tecnofilia vs tecnofobia. ¿Una discusión superada? Revista Zona Pública nº 1. Asociación de Museólogos de Cataluña. Julio de 2005.
- FUMERO, A.; SÁEZ VACAS; F.: Blogs, en la Vanguardia de la Generación Web. Novatica. Revista de la Asociación de Ingenieros de Informática. Nº 183, septiembre -octubre 2006, año XXXII. pp. 68- 73.
- GÓMEZ VILCHEZ; S. Museos para la Generación E. <http://mediamusea.com/2007/11/28/museos-para-la-generacion-e>
- FUMERO; A. y ROCA; G.: Web 2.0. Fundación Orange España. 2007.
- MACIAS CASTILLO; A. / HERNÁNDEZ ROBLEDO; M.A. (coord.). El derecho de autor y las nuevas tecnologías. La Ley. Grupo Wolters Kluwer. 2008.



MILLÁN TEJEDOR; RJ.: Domine Las redes P2P. Creaciones Copyright. 2006

PRENSKY; M. Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon, NCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001.

SÁEZ VACAS; F. Más allá de Internet. La Red Universal Digital. Ed. Ramón Areces, Madrid, 2004.

Science Museum of Virginia. Museums in Transition: Emerging Technologies and tool for free-choice learning. Giroscope Inc. Noviembre de 2006.

SHAPIRO; M.: Introduction:Museums and the Digital Future. En: *Managing Museum Digital Assets: A Resource Guide for Museums*. International Intellectual Property Institute (IICI). 2001. [www.iipi.org/reports/Museums\\_Guide.pdf](http://www.iipi.org/reports/Museums_Guide.pdf).

SPADACCINI, J. Y SEBASTIAN, C.: Radical Trust: The State of the Museum Blogosphere. In J. Trant and D. Bearman (eds). Archives & Museum Informatics.