

UN PLAN MUSEOLÓGICO PARA UN MUSEO VIRTUAL: MUVA-PROMU, UNC

Arq. María Rebeca Medina | Arq. Juan José Simes | Arq. Mara G. Carmignani | Arq.
Mónica Jimena Ramé | Arq. Ramón E. Pared Pelegrina | Arq. Estefanía H. Mariani |
Arq. Sandra A. Mansilla Hsyu

Museo Virtual de Arquitectura, Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño -
Programa de Museos Universidad Nacional de Córdoba
mrebecamedina@gmail.com

Introducción

Aunque existen museos que cuentan con tecnología digital en sus exposiciones o en su web, el MuVA –Museo Virtual de Arquitectura de Córdoba-, se acerca más a aquellos que carecen de una contraparte real¹.

Dado que un plan museológico es, o puede llegar a ser –según Fernando Sáez Lara²-, *una herramienta de reflexión, motivación, organización interna, relación con las instituciones y evaluación*, el MuVA ha avanzado en el desarrollo de su Plan Museológico asociado a otras alternativas como el Plan de Actuación, para adaptarse a la gestión de un museo totalmente virtual, cuyo documento final sirve de base a la presente comunicación.

Elaborado el diagnóstico en el 2015 –perfil de la institución, colecciones, patrones expositivos, difusión, arquitectura, seguridad, RRHH, informáticos y económicos-, el Plan revisó la Misión y Visión del museo, y propuso las categorías de colecciones –Virtual Principal, Virtual Destacada-, la re-definición de salas virtuales y los patrones de acceso digital a las colecciones, para establecer finalmente las líneas estratégicas –educación, conservación y comunicación-, que debe abordar el Plan de Actuación 2015-2020.

Marco Teórico

La informática³ y sus aplicaciones han modificado profundamente a la institución museo, desde la forma de acercarse a sus públicos, ofrecer otras alternativas para visitar sus colecciones, y hasta nuevas concepciones en su museografía y arquitectura, llegando incluso a sustituir a esta última.

Porque un museo material implica la presencia física del objeto, y que su público se traslade hasta su sede, ingrese, lo recorra, observe sus colecciones, acompañado o no por

¹ Se identifican en la red de la Internet cuatro tipos de mensajes sobre “Museos Virtuales”:

- los que sólo son anuncios publicitarios sofisticados;
- los que acompañan la descripción del museo real con una muestra virtual de sus colecciones;
- los que incorporan nuevas funciones virtuales no existentes hasta la fecha en su núcleo físico;
- los que carecen de sede física y existen únicamente en Internet, ofreciendo acceso a colecciones que sólo existe en la red, resultando la forma más pura de museo virtual.

² SÁEZ LARA, Fernando. Una herramienta llamada plan museológico, en Museo XI Jornadas de Museología. En Línea: [http://www.apme.es/revista/museo13_037.pdf]

³ Informática, también llamada computación, es una ciencia que estudia métodos, técnicas, procesos, con el fin de almacenar, procesar y transmitir información y datos en formato digital.

personal del museo, generando su propia lectura de los sistemas expositivos. En cambio un museo virtual está en la red, en todo lugar, al alcance de cualquier equipo en todo momento, le permite a su público realizar la visita en forma casi personalizada, almacenado vastos fondos en reducidos espacios, y según su misión y visión, ampliar su “exposición” en forma ilimitada, incrementando los datos y vínculos disponibles a medida que la tecnología se perfecciona e innova. La difusión, divulgación y circulación del conocimiento no tiene prácticamente fronteras en el espacio virtual.

Aunque por virtual, según el Diccionario de la Real Academia Española, puede entenderse como lo *“que tiene existencia aparente y no real”*, lo virtual no es lo opuesto de lo real, sino otra forma de ser que favorece los procesos de creación. En la era de la globalización casi todos los medios de comunicación se vuelcan al uso de los medios digitales⁴, como indicador incluso de su pertenencia a la expresión cultural de la sociedad contemporánea. Avanzando sobre la definición oficial de museo, Antonio Ten Ros propone la siguiente: *“Un museo es un espacio público, real o virtual, de comunicación, con vocación de permanencia y dotado de un proyecto de educación no formal”*⁵. Incluye la condición virtual, y reitera la idea de permanencia y comunicación.

Entonces, una posible definición del museo virtual es: *“un museo que aprovecha los medios digitales para mostrar, preservar, reconstruir, difundir y guardar la cultura material de una sociedad, como artefactos digitales y bases de datos que son guardadas en su servidor. Se denomina “virtual” porque está constituido por una colección organizada de artefactos electrónicos y de recursos de información sobre objetos y procesos que puedan ser incorporados al medio digital y almacenados en el servidor de archivos del museo.”*⁶

Esa idea de tecnología digital queda también expresada en los diversos adjetivos que se usan actualmente para intentar caracterizarlos: museo electrónico, museo digital, museo en línea, museo hipermedia, meta-museo, Web-museo, museo del ciberespacio.

Y aunque existen museos que cuentan con tecnología digital en sus exposiciones o en su web, el MuVA –Museo Virtual de Arquitectura de Córdoba, FAUD-UNC, 2003-, se acerca más a las características de aquellos que carecen de una contraparte real⁷, habitando únicamente en Internet, si bien en este caso, la contraparte real es la ciudad misma. El

⁴ Digital, o mejor expresado sistema digital, es un conjunto de dispositivos destinados a la generación, transmisión, manejo, procesamiento o almacenamiento de señales digitales. A diferencia de un sistema analógico, un sistema digital manipula cantidades físicas o información que estén representadas en forma digital; es decir, que sólo puedan tomar valores discretos (en general, binarios).

⁵ TEN ROS, Antonio E. *¿Qué es un museo? Hacia una definición de los museos de nuestro tiempo*. IEDHC (CSIC-Universidad de Valencia), 1999. En Línea: [<http://www.uv.es/~ten/p61.html>]

⁶ GONZÁLEZ MOZOS, M^a Teresa y CASADO POYALES, Antonio. *La utilización de las TIC para virtualizar un museo. Estado de la cuestión en Castilla-La Mancha*. Parcialmente.

⁷ Se identifican en la red de la Internet cuatro tipos de mensajes sobre “Museos Virtuales”:

- los que sólo son anuncios publicitarios sofisticados;
- los que acompañan la descripción del museo real con una muestra virtual de sus colecciones;
- los que incorporan nuevas funciones virtuales no existentes hasta la fecha en su núcleo físico;
- los que carecen de sede física y existen únicamente en Internet, ofreciendo acceso a colecciones que sólo existe en la red, resultando la forma más pura de museo virtual.

MuVA además de virtual es un museo universitario, es decir un museo cuya titularidad pertenece a una universidad, y que ha iniciado sus actividades a partir de fondos documentales personales de docentes, construidos inicialmente sólo para uso académico. Como Museo Universitario, interesa plantear las relaciones posibles entre el enfoque teórico del museo, los enfoques pedagógicos y la construcción de conocimiento. La llegada de los sistemas de comunicación digitales a través de redes como Internet⁸.

Son escasos los antecedentes que es posible identificar en relación a la creación de museos totalmente virtuales. No hay aún una teoría construida en torno a su concepción. Incluso la Nueva Museología busca minimizar los aspectos tradicionalmente negativos del museo clásico o tradicional, con respecto a su “competidor” el museo virtual.

En este marco debería entenderse que un museo totalmente virtual, sin contraparte real, no nace para competir con el museo real, sino que resuelve con recursos informáticos y digitales la conservación de objetos/datos que en la realidad no sería factible mantener indefinidamente, como la ciudad y sus edificios. También se impone un análisis crítico sobre las posibilidades y limitaciones de un museo virtual de arquitectura, base sobre la que se tiene que sustentar su museo real y virtual dedicado a la ciudad de Córdoba.

Por eso, es posible que R. Jackson⁹ estime que las principales oportunidades para el visitante de un espacio virtual se pueden dar en tres aspectos físicos de las redes de comunicación:

- el acceso a base de datos y a la información;
- el acceso a conferencias, foros, seminarios, blogs y sistemas de discusión;
- el acceso a otras personas de distinta formación académica, e incluso sin formación para colaborar en el enriquecimiento de estos proyectos.

Este complejo campo teórico que implica el abordaje actual de los Museos Virtuales evidencia por un lado la necesidad de contar con planes, programas y proyectos para su vida institucional, la diversidad de enfoques que esto requiere, y a la vez la adaptación de la teoría museológica ya elaborada a la especificidad del modo virtual.

Metodología

La metodología construida para la elaboración de este Plan Museológico parte de vincular las propuestas de la Museología crítica más la conceptualización de Museo virtual, buscando aportes desde la Pedagogía Crítica en cuanto al comportamiento del

⁸ Internet (1969) es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, lo cual garantiza que redes físicas heterogénea funcionen como una red lógica única de alcance mundial. Uno de los servicios que más éxito es la World Wide Web (WWW o la Web, conjunto de protocolos que permite, de forma sencilla, la consulta remota de archivos de hipertexto), hasta tal punto que es habitual la confusión entre ambos términos.

⁹ JACKSON, R.: 1997. *The virtual visit: towards a new concept for the electronic science center. Here and now. Contemporary science and technology in museum and science centres*. Londres: Science Museum. Citado en MORENO FERNÁNDEZ-CAPARRÓS, Luis Ángel (2013). Actualización Plan Museológico del Museo de Veterinaria Militar. En línea: [<http://historiaveterinaria.org/files/PLAN-MUSEOLOGICO-2013.pdf>]

conocimiento en las redes sociales. Se partió de un Relevamiento bibliográfico-documental y su análisis de discurso, así como del Diagnóstico 2015 del MuVA antes de pasar a la elaboración del Plan. Dos seminarios internos dieron como resultado la revisión de la Misión y la Visión, y la propuesta del discurso histórico-cronológico y la elaboración de líneas estratégicas.

Contrastado Diagnóstico 2015 y Propuestas 2016 se definieron programas, proyectos y actividades. Una evaluación final determinó las principales carencias y prioridades y la elaboración de indicadores de evaluación crítica para las tres áreas del Museo

A partir del **perfil** del Museo como *“virtual universitario, singular por su formato virtual, ya que carece de sede física y existe únicamente en Internet; tiene un especial atractivo ya que ofrece el acceso a un material que sólo existe en la red, convirtiéndose en la forma más pura de museo virtual”*, el desarrollo de su Plan Museológico abarca los ítems que se sintetizan a continuación, de acuerdo al Índice de dicho Plan, que se incorpora como Anexo 1.

PLAN MUSEOLOGICO MuVA – UNC | PROMU

a. Misión y Visión

Misión del museo

Somos el único Museo Virtual de arquitectura y urbanismo que trabaja en el marco institucional de la FAUD, UNC, cuya sede no tiene muros. Nuestra Misión es recopilar y sistematizar información en distintos formatos para visualizar la historia de la ciudad de Córdoba, desde su patrimonio construido. Atendiendo a las necesidades globales, privilegiamos el proceso informático como vínculo con nuestro público, especializado o neófito en el tema, respetando la propiedad intelectual de los fondos que almacenamos digitalmente. Trabajamos comprometida y profesionalmente para fomentar una actitud participativa, reflexiva y crítica en el público que accede a nuestro sitio, poniendo énfasis en la población de Córdoba y en la comunidad de la UNC.

Visión del museo

Aspiramos a ser un referente, para el público a distancia especializado o neófito en el tema, como banco de datos de calidad y excelencia sobre arquitectura y urbanismo de la ciudad, a través de un soporte informático modelo —integrado a la gestión del PROMU (Programa de Museos de la UNC)-, que potencie el valor simbólico, social y cultural del patrimonio de la ciudad de Córdoba. Queremos extender nuestras fronteras virtuales de difusión no solo al público especializado sino a la comunidad toda. Pretendemos alcanzar la incorporación participativa del entorno humano-virtual, en un proceso constante de

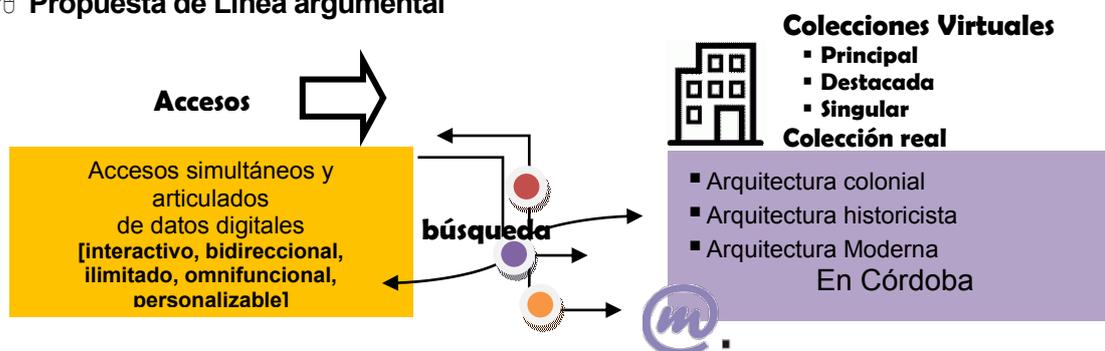
actualización hacia un entorno informático amigable, ofreciendo actividades alternativas a las existentes en un museo real. Valiéndonos de la modalidad virtual, nos proyectamos a futuro como una propuesta innovadora que se integre al manejo global de información, con una especificidad propia y local.

Objetivos del MuVA

- ☞ Registrar en soporte digital las etapas de la evolución urbano-arquitectónica de la Ciudad y de las zonas características, a partir de las 70 manzanas fundacionales.
- ☞ Facilitar el acceso en diversos formatos digitales a los datos sobre la arquitectura de la Ciudad de Córdoba a los estudiantes, profesores investigadores, y planificadores, turistas y ciudadanos.
- ☞ Contribuir a la simplificación del proceso de búsqueda y sistematización de datos en las áreas de historia, geografía, planeamiento y diseño.
- ☞ Promover el conocimiento y valoración del patrimonio arquitectónico y urbano de la ciudad y de la UNC, aportando información sobre los edificios y las características del entorno, los materiales, los detalles y sistemas constructivos, etc.

b. Discurso histórico-cronológico.

☞ Propuesta de Línea argumental



	Tipo de Accesos	Temáticas / fondos de colecciones
Accesos Indexados por Registro catastral D.Z.Mz.P	Por datos cronológico	Siglos XVII y XVIII Siglo XIX Siglo XX
	Por ubicación urbana	Traza Fundacional Barrios Pueblos
	Avanzado /Específico	Obra individual Obras por periodos Obras por tipologías funcionales Obras por autor
	Según representación grafica	<i>Plantas cortes vistas</i> <i>Fotografía actual</i> <i>Fotografía antigua</i> Maqueta 3D Realidad Aumentada
	Desde/ hacia otros Museos	...
	Desde otras redes	...
	Desde otros fondos...	...

La Ficha de indexación de fondos para acceso a colecciones y su respectivo instructivo forman parte de los anexos del Plan.

c. La Colección

Objetivos estratégicos.

- Puesta en valor de las Colecciones como centro de la actividad del Museo y ampliación de su presencia en la actividad expositiva dentro del Museo.
- Intensificar el desarrollo de las líneas de investigación, profundizando en el material teórico y gráfico de parte de los fondos de las colecciones, a fin de enriquecer la actividad del museo.

☞ c.1. Colección Virtual Principal

Objetivo. Alcanzar un nivel de excelencia en la presentación de la Colección con vistas al horizonte de 2020, de acuerdo al plan museológico planteado para el MuVA, UNC-FAUD. Se espera contar con el mayor número de fondos documentales digitalizados, en diversos formatos, como parte del proceso de indexado de obras de arquitectura de la ciudad Córdoba a partir de piezas gráficas que aporten al entendimiento de la obra de arquitectura, en su pasado y presente, para su posterior significación en la memoria colectiva, tendiente a reforzar el carácter de único Museo Virtual dependiente de la UNC, aspirando de este modo a convertir a la *Colección Virtual Principal* del MuVA en una de tipo referencial.

Actividades:

- Ordenamiento de la Colección Virtual Principal
- Presentación especial de colecciones [Colección Real]
- Desarrollo de nuevas herramientas para la gestión de la colección.

☞ c.2. Colección Virtual Destacada

Objetivo. Sistematización de trabajos de investigación referidos a la arquitectura y el urbanismo de la ciudad de Córdoba, resultado de proyectos elaborados por docentes y alumnos, registrados según la Ley de propiedad intelectual, que conformen parte del banco de datos teóricos del museo.

Actividades

- Sistematización de los Informes de investigación disponibles
- Convocatoria a participación de Informes de investigación elaborados

☞ c.3. Colección Virtual Singular

Objetivo. Fomentar desde el MuVA actividades de extensión producto de exposiciones que puedan aparecer de modo destacado en el portal web como resultado de trabajos de investigación y/o trabajos de alumnos que permita dar a conocerlos a la comunidad a través de un formato no tradicional de acceso a la información. Dichas muestras luego de un

periodo de tiempo en esta *Colección Virtual Singular* podrían pasar a formar parte de la *Colección Virtual Principal* del museo.

Actividades

- Selección de material calificado para incorporar a la base de datos del museo

c.4. Conservación Preventiva y Restauración

Objetivo. Garantizar el estado de conservación de las colecciones, con el fin de promover su correcta interpretación, mejorar la calidad de la difusión de la información y facilitar los trabajos de investigación y extensión futuros.

Actividades

- Elaboración de un *Plan de Conservación Preventiva* ante situaciones de riesgo.
- Trabajos de restauración de archivos digitales.

d. Definición de las Salas / Accesos

Dado la condición virtual del Museo, la concepción de “sala” debe ser sustituida por los procesos propios de la red, a partir del “acceso” a la página, y desde allí a los accesos programados. El contenido central concentra las funciones en la sala real y permite los sucesivos accesos a los datos. En consecuencia, son los accesos los que permiten ingresar al museo y a sus colecciones, sean estas permanentes o destacadas, sin las restricciones de espacio, tiempo, tamaño, etc.

e. Patrones de Accesos a Colecciones

Los “accesos” adoptados para las Colecciones serán:

-  ▪ Accesos a Colección Principal por Temáticas [obras de arquitectura]
-  ▪ Accesos a Colección Destacada [proyectos de investigaciones]
-  ▪ Acceso a la imagen del mes / zoom en colecciones / Diseño de Colección Singular
-  ▪ Presentación Especial de colecciones (real)

	Tipo de Accesos	Temáticas / fondos de colecciones
Accesos Indexados por	Por datos cronológico	Siglos XVII y XVIII Siglo XIX Siglo XX
	Por ubicación urbana	Traza Fundacional Barrios Pueblos
Registro catastral	Avanzado /Específico	Obra individual Obras por periodos Obras por tipologías funcionales Obras por autor
D.Z.Mz.P	Según representación grafica	<i>Plantas cortes vistas</i> <i>Fotografía actual</i> <i>Fotografía antigua</i> Maqueta 3D Realidad Aumentada
	Desde/ hacia otros Museos	...
	Desde otras redes	...
	Desde otros fondos...	...

El modelo de ficha de indexación de fondos para acceso a colecciones y su respectivo instructivo forman parte de los Anexos del Plan.

f. Público. Canales de comunicación, difusión e información a utilizar

El visitante

Objetivos estratégicos

- Facilitar la visita al museo y su conectividad a nivel real y virtual para que las muestras e información del MuVA lleguen al público general, estudiantes, turistas, educadores e investigadores, de manera más amigable.
- Motivar la visita por medio de la promoción y el desarrollo de distintas actividades, a nivel real y virtual.
- Lograr un funcionamiento y fluidez con la máxima eficacia digital posible.

 **Promoción de las visitas**

Objetivo. Tener control estadístico del usuario del museo para un mejor estudio del mismo.

Actividades

- Estudios de Público
- Proyecto de accesibilidad general. Redes
- Proyecto de integración con Museos de la UNC y Museos Provinciales:
- Campaña publicitaria.

 **Educación**

Objetivo. Fomentar la actividad educativa del museo en torno a su Colección

- Proyecto de actividades didácticas
- Vínculos con Instituciones educativas

g. Imagen institucional

Entre los elementos que constituyen la imagen institucional, el museo ha definido el que se podría considerar como el más significativo: logotipo

En pos de la actualización de la plataforma digital del museo, su sede, se considera necesario en paralelo replantear ciertos elementos de la actual

imagen institucional. Para obtener mayor legibilidad y atractivo para los usuarios. De lo antes dicho se desprende lo importante que es crear estrategias de imagen y comunicación, en otras palabras, la imagen institucional debe ser reglamentada en todas las expresiones en las que se mezcla su imagen.



h. Arquitectura: adecuación

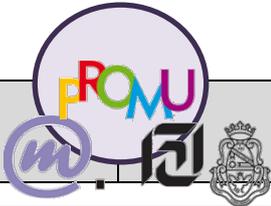
Como se verificó en el Diagnóstico 2015, es necesario ampliar la superficie disponible. Esta necesidad puede acoplarse a los procesos de redistribución física que atraviesa la facultad

de Arquitectura, Diseño y Urbanismo –FAUDI-, sede física del museo. Se requiere, para mejorar el funcionamiento de la institución, de una sala anexa.

i. Equipos técnicos necesarios

i.1. Programa de RRHH

🔗 **Estructura orgánica y organigrama funcional [horizontal]**



Dirección [Historia de la Arquitectura]		Codirección [Infomática]
Área de Gestión	Área de Procesamiento Informático	Área de Comunicación y Actividades virtuales
<ul style="list-style-type: none"> Recursos Informáticos RRHH Recursos financieros Espacios Seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> Colecciones Conservación Registro e Indexación Archivo/Banco de Datos 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación Difusión Exposiciones Educación formal Educación no formal Biblioteca
Red de Voluntarios Ayudantes Alumnos Extensionistas Alumnos pasantes PPA		
Programa de gestión	Programa museográfico y expositivo	Programa de Comunicación

i.2. Programa de Recursos Humanos: Red de Voluntario del MuVA (Reglamento Red de Voluntarios del Museo Virtual de Arquitectura de Córdoba)

En el marco del desarrollo del Plan Museológico se prevé dar forma institucional a la Red de Voluntarios del MuVA que ya funciona en la práctica, seguir incorporando anualmente Alumnos Extensionistas de la UNC en el museo, así como participar como Entidad Receptora de la Cátedra de Práctica Profesional Asistida de la FAUD.

j. Herramientas y equipos Informáticos.

Para el desarrollo de la tarea que se pretende, el MuVA debería contar con un mínimo de cuatro PC de última generación, con microprocesadores “tipo i7” o superiores, con suficiente memoria de trabajo para el procesamiento de imágenes, renders y edición de películas y placa de video adicional que posibilite la realización de estas tareas con eficiencia y eficacia. Dado que por definición propia el MuVA es netamente virtual necesita de un sitio WEB propio y un servicio de comunicación de Internet de “tipo dedicado”, con un ancho de banda suficiente para una fluida y rápida respuesta de comunicación con el medio externo.

La incorporación de estos avances tecnológicos le permitiría al museo una llegada más significativa al medio social por su actividad de extensión y educación no formal, que se vería reflejada en servicios como los de Información del patrimonio arquitectónico-cultural de la

ciudad con recorridos virtuales a los mismos, la obtención de la información propia de cada edificio con utilización de elementos como los Códigos QR de identificación, videos ilustrativos, e incluso el uso de la Realidad Aumentada que ofrece una gran ductilidad para este tipo de muestras.

En lo referido al *software* necesario para este tipo de desarrollos se debe contar con dos tipos de programas bien definidos, uno para el procesamiento de la información del bien a mostrar y otro para la difusión de los objetos o colecciones con que se cuenta. Tanto el *hardware* como el *software* necesario para este tipo de prestaciones es de permanente actualización lo que trae aparejado una rápida obsolescencia.

k. Perspectiva financiera.

Para complementar la situación diagnosticada la gestión pretende generar proyectos que puedan atraer el interés de patrocinantes que permitan financiar algunas actividades de los lineamientos estratégicos, como por ejemplo la difusión masiva de objetos singulares de alguna colección, las muestras reales, publicaciones en CD u otros medios digitales.

En cuanto a los recursos humanos, la gestión anhela la provisión de cargos docentes y no docentes que permitan mantener la continuidad de las actividades programadas por la institución. La elaboración de este Plan es una estrategia en dicha dirección.

I. Líneas Estratégicas.

- ☞ **La educación.** Formar conciencia para construir conocimiento y aportar a la defensa del patrimonio cultural desde una posición activa. [Objetivo 4]
- ☞ **La comunicación.** Ampliar la difusión para mantener viva la memoria. [Objetivo 2]
- ☞ **La conservación.** Procesar debidamente los datos para generar información sistematizada que permitan su recuperación desde los accesos propuestos. [Objetivo 3]

Conclusiones

El Plan Museológico del MuVA le permite hoy a la institución trabajar en los programas, proyectos y acciones que propone en su marco el Plan de Actuación 2015-2020 MuVA. Así, es factible seleccionar por cada programa los proyectos que es necesario priorizar, de acuerdo a los objetivos y líneas estratégicas del Museo.

En particular permitió redefinir como se conformaba y comportaba la Colección Virtual Principal, precisar la composición del Fondo de la Colección, y proponer las primeras etapas de un Plan de Restauración del mismo, precisando las rutas de búsqueda como acceso a la colección.

También habilitó el diseño de otras colecciones, como la Virtual Destacada y la Virtual Singular, como otros contenidos a visitar u otras formas de exponer y trabajar. Y abrió

camino al Proyecto Colección Real, a partir de la sistematización de un diseño específico para el piloto de una Muestra Real para el Museo Virtual.

Cada línea estratégica –a través de la educación, la comunicación y la conservación-, y la definición de cada programa propicia una respuesta ágil frente a nuevos desafíos, como el que le permitió al equipo de voluntarios del MuVA acceder a uno de los premios del Concurso Nacional de Innovación Cultural 2016, Ministerio de Cultura de la Nación, Dirección Nacional de Innovación Cultural, en la categoría “Proyectos de base tecnológica para museos y patrimonio” con el Proyecto “Córdoba en el bolsillo”, *Aplicación móvil para la difusión amigable de la Colección Virtual Principal del MuVA*, enmarcado dentro de su Proyecto Realidad Aumentada y Códigos QR, que se está desarrollando en la Incubadora de Empresas UNC desde octubre de 2016.

Bibliografía

- ALONSO FERNÁNDEZ, L. *Introducción a la nueva museología*. Madrid: Alianza Editorial, 1999.
- BALLART HENÁNDEZ, J. y JUAN TRESSERRAS, J. *Gestión del patrimonio cultural*. Ariel Patrimonio. Barcelona, 2001
- BELLIDO GANT, M^a. L. *Arte, museos y nuevas tecnologías*. Gijón: Editorial Trea, 2001.
- BOURDIEU, P. *Elementos de una teoría sociológica de la percepción artística*. Buenos Aires: Nueva visión. 1971
- DELOCHE, Bernard. *El Museo Virtual*. Editorial Trea: Gijón, 2001, 2001.
- LÉVY, P. *Qu'est-ce que le virtuel?*. Paris: La Découverte, 1995.
- LORD, B; LORD, G. D. & FULLOLA PERICOT, J. M. *Manual de gestión de museos*. Barcelona: Edit. Ariel, 1998.
- RIVIÈRE, G.H. *La Museología. Curso de museología*. Textos y testimonios. Madrid: Akal, 1993.
- SCHWEIBENZ, W. *The "Virtual Museum": New Perspectives for Museums to Present Objects and Information Using the Internet as a Knowledge Base and Communication System*. ISI 1998, 1988
- SERRAT, N. “Los museos virtuales como recursos para el área de las ciencias sociales”. En *Íber. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia, 2001*
- WAGENSBERG, J. *Principios fundamentales de la museología científica moderna*. Alambique: Didáctica de las Ciencias Experimentales, VII, 2000.
- CASACUBIERTA, D. *La transmisión del conocimiento en los nuevos medios: un acercamiento cognitivo*. En *Quark. Ciencia, Medicina, Comunicación y Cultura, 2002*. En Línea: [<http://www.imim.es/quark/num25/025058.htm>]
- MACÍAS, C.: “Museos en la Red”. En Línea: [<http://www.anmal.uma.es/anmal/museosenlarede.htm>]
- MORENO FERNÁNDEZ-CAPARRÓS, Luis Ángel (2013). *Actualización Plan Museológico del Museo de Veterinaria Militar*. En línea: [<http://historiaveterinaria.org/files/PLAN-MUSEOLOGICO-2013.pdf>]
- RODRÍGUEZ FERRÁNDIZ, R. “Virtualmente suyo”. En *Telos*, 2002. En Línea: [<http://www.campusred.net/tepos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=1>]
- SÁEZ LARA Fernando. “Una herramienta llamada plan museológico”, en: Museo XI Jornadas de Museología. Revista N° 13 (2008). En Línea: [http://www.apme.es/revista/museo13_037.pdf]

- SERRAT, N.: 2000. *Museos virtuales. Nuevos entornos de aprendizaje*. Comunicación y Pedagogía, nº 170, pp. 29-39. En Línea: [<http://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2012013112140001&idioma=es>]
- TEN, A. *¿Qué es un museo? Hacia una definición de los museo de nuestro tiempo*. 1999. En Línea: [<http://www.uv.es/~ten/p61.html>]
- VÉLEZ JAHN, Gonzalo. *MUSEOS VIRTUALES- Presente y Futuro*, en Primera Conferencia Venezolana sobre aplicación de computadoras en arquitectura. FAU-UCV, Caracas, 1999. En Línea: [<http://cumincades.scix.net/data/works/att/6132.content.pdf>]
- VV.AA. (2005). *“Criterios para la elaboración del Plan Museológico”*. Subdirección General de Museos Estatales Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales Ministerio de Cultura. En Línea: [<http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/museos/mc/pm/pm/portada.html>]
- ICOM. *Código de deontología del ICOM para los museos*. 1986, modificado 2001.
- ICOM. *“Cómo administrar un museo: Manual práctico”*. Realización y coordinación editorial: Patrick J. Boylan. 2006 UNESCO e ICOM
- BOYLAN, Patrick y WOOLLARD, Vicky. *“Manual del instructor para ser utilizado con Cómo administrar un museo: Manual práctico”*, (2006) UNESCO e ICOM.

Anexo 1. Índice del Plan Museológico

I. MARCO TEÓRICO

Enfoque metodológico

Objetivos

Metodología

Bibliografía.

Seminarios Internos

II. DIAGNOSTICO 2015

- a. Historia y perfil de la institución
- b. Los recursos patrimoniales: descripción y estado de las colecciones
- c. Patrones expositivos previos
- d. Difusión y comunicación
- e. Arquitectura: situación actual y necesidades
- f. Medidas de seguridad
- g. Recursos humanos y organización del trabajo
- h. Recursos informáticos
- i. Recursos económicos

Evaluación final

III. PLAN MUSEOLOGICO

- a. Misión y Visión
 - Objetivos
- b. Discurso histórico-cronológico
- c. La colección
- d. Definición de las salas
- e. Patrones de acceso a colecciones
- f. Público. Canales de comunicación, difusión e información a utilizar
- g. Imagen institucional
- h. Arquitectura: adecuación
- i. Equipos técnicos necesarios
- j. Herramientas y equipos Informáticos
- k. Perspectiva financiera
- l. Líneas Estratégicas
 - La educación

La conservación.
La comunicación.

IV. PLAN DE ACTUACIÓN 2015-2020 MuVA

- 1. Programa museográfico y expositivo**
 - Proyecto Colección Virtual Principal
 - Proyecto Colección Virtual Destacada
 - Proyecto Acceso a colecciones virtuales
 - Proyecto Exposiciones Reales: Piloto Muestra real
- 2. Programa de Comunicación**
 - Proyecto Estudio de Públicos
 - Proyecto de accesibilidad general
 - Proyecto Realidad Aumentada y Códigos QR
- 3. Programa de gestión**
 - Proyecto Equipamiento informático Permanente
 - Proyecto Red de Voluntariado del MuVA

V. BIBLIOGRAFÍA

- Anexo 1. Ficha Index**
 - Anexo 2. Instructivo Ficha Index**
 - Anexo 3. Reglamento Voluntarios MuVA**
 - Anexo 4. Código de deontología para los Museos**
-